

SÍLVIO FERREIRA JÚNIOR

**AJUSTAMENTOS NA AGROINDÚSTRIA
DE SEGUNDO PROCESSAMENTO DE TRIGO
NO BRASIL, DE 1995 A 2001**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada, para obtenção do título de “Magister Scientiae”.

VIÇOSA
MINAS GERAIS - BRASIL
2003

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

T

F383a
2003

Ferreira Júnior, Sílvio, 1976-

Ajustamentos na agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, de 1995 a 2001 / Sílvio Ferreira Júnior.- Viçosa: UFV, 2003.
80p.: il.

Orientador: Marília Fernandes Maciel Gomes.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Viçosa.

1. Trigo – Aspectos econômicos. 2. Agroindústria - Desempenho financeiro. 3. Trigo – Análise de mercado. 4. Agroindústria do trigo. 5. Agroindústria de processamento – Competitividade. 6. Organização industrial (teoria econômica). I. Universidade Federal de Viçosa. II. Título.

CDD 19.ed. 338.17311

CDD 20.ed. 338.17311

SÍLVIO FERREIRA JÚNIOR

**AJUSTAMENTOS NA AGROINDÚSTRIA
DE SEGUNDO PROCESSAMENTO DE TRIGO
NO BRASIL, DE 1995 A 2001**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada, para obtenção do título de “Magister Scientiae”.

APROVADA: 11 de fevereiro de 2003.

Sílvia Harumi Toyoshima

Walmer Faroni

Carlos Antônio Moreira Leite

Danilo Rolim Dias de Aguiar
(Conselheiro)

Marília Fernandes Maciel Gomes
(Orientadora)

AGRADECIMENTO

À Universidade Federal de Viçosa e ao Departamento de Economia Rural, pela infra-estrutura e, além de tudo, pelos ensinamentos.

À professora Marília Fernandes Maciel Gomes, pela orientação e presteza.

Aos conselheiros Danilo R. D. de Aguiar, Antônio Carvalho Campos e Orlando Monteiro da Silva, pelas críticas e sugestões apresentadas durante o processo de pesquisa, as quais, certamente, foram de grande valia.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo financiamento da pesquisa.

Aos meus pais Sílvio Eustáquio Ferreira e Edna Martins Vieira, pelo apoio e carinho.

Ao meu padrasto Antônio Celso Magalhães Carneiro e aos meus padrinhos Gerardo Pereira Santiago e Maria da Glória Ferreira Santiago, pelos conselhos e pela força.

À minha namorada Andréa, pelos seis anos de companhia e apoio nos momentos mais difíceis.

Aos meus irmãos Lígia, Rodrigo e Wesley, pela amizade e pelos momentos de alegria.

A todos os funcionários, professores e colegas do Departamento de Economia Rural, pela amizade e simpatia.

BIOGRAFIA

SÍLVIO FERREIRA JÚNIOR, filho de Sílvio Eustáquio Ferreira e Edna Martins Ferreira, nasceu em Patos de Minas, MG, em 20 de janeiro de 1976.

Em 1991, iniciou seus estudos de nível médio no Colégio Universitário (Coluni), na Universidade Federal de Viçosa, concluindo-o em 1993.

Em 1994, iniciou o curso de Ciências Econômicas, na Universidade Federal de Viçosa, graduando-se em 2000. Em 2001, iniciou o curso de Mestrado em Economia Aplicada nesta Universidade, submetendo-se à defesa de tese em fevereiro de 2003.

Em março de 2003, dará início ao curso de Doutorado em Economia Aplicada, nesta mesma instituição, com provável conclusão em fevereiro de 2006.

ÍNDICE

	Página
LISTA DE QUADROS	vii
LISTA DE FIGURAS	ix
RESUMO	x
ABSTRACT	xii
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Considerações iniciais	1
1.2. O problema e sua importância	4
1.3. Hipótese	7
1.4. Objetivos	7
2. METODOLOGIA	8
2.1. A teoria de organização industrial	8
2.1.1. Estrutura de mercado	14
2.1.2. Conduta de mercado	18

	Página
2.1.3. Desempenho de mercado	19
2.2. A Escola de Chicago e a teoria dos mercados contestáveis	20
2.3. Modelo analítico	27
2.3.1. Estrutura	28
2.3.2. Estratégias competitivas	31
2.3.3. Desempenho de mercado	31
2.4. Fonte de dados	34
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	36
3.1. O mercado consumidor no Brasil	36
3.2. Estrutura de mercado	41
3.3. Estratégias competitivas	45
3.4. Desempenho competitivo	48
3.4.1. Segmento de massas alimentícias	48
3.4.2. Segmento de biscoitos e bolachas	59
4. RESUMO E CONCLUSÕES	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77

LISTA DE QUADROS

	Página
1	Padrões de concentração na indústria 16
2	Participação percentual de produtos selecionados na despesa com alimentação no domicílio brasileiro 37
3	Evolução do consumo aparente dos derivados de trigo selecionados, em toneladas 39
4	Consumo em kg <i>per capita</i> de países selecionados, no ano de 1999 40
5	Índices de concentração para o segmento de massas alimentícias 42
6	Índices de concentração para o segmento de biscoitos e bolachas 43
7	Indicadores de desempenho de mercado para o segmento de massas alimentícias 49
8	Coefficientes de correlação entre os índices de concentração e os indicadores de desempenho de mercado para o segmento de massas alimentícias 55
9	Indicadores médios do desempenho das oito maiores empresas do segmento de massas alimentícias 57

		Página
10	Indicadores de desempenho de mercado para o segmento de biscoitos e bolachas	60
11	Coefficiente de correlação entre os índices de concentração e os indicadores de desempenho de mercado para o segmento de biscoitos e bolachas	65
12	Indicadores médios do desempenho das oito maiores empresas do segmento de biscoitos e bolachas	67

LISTA DE FIGURAS

		Página
1	Esquema do SAG do trigo no Brasil	2
2	Estrutura tradicional da análise da organização industrial	10
3	Interações no modelo de estrutura-conduta-desempenho	12
4	Modelo da Escola de Chicago	22
5	Índices reais de preços: trigo e massas alimentícias (IPC-FIPE) .	54
6	Índices reais de preços: biscoitos (IPC-FIPE)	64

RESUMO

FERREIRA JÚNIOR, Sílvio, M.S., Universidade Federal de Viçosa, fevereiro de 2003. **Ajustamentos na agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, de 1995 a 2001.** Orientadora: Marília Fernandes Maciel Gomes. Conselheiros: Danilo Rolim Dias de Aguiar, Antônio Carvalho Campos e Orlando Monteiro da Silva.

O Brasil, na década de 90, passou por significativas mudanças em sua economia, e essas contribuíram para modificação do ambiente competitivo da agroindústria de segundo processamento do trigo no país. As regras de livre mercado, o acirramento da concorrência em nível global e a estabilização econômica caracterizam, desde então, o novo ambiente competitivo, exigindo da sua agroindústria a adoção de novos parâmetros de competitividade como questão de sobrevivência. Nesse contexto, uma estratégia comum observada nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas tem sido a ocorrência de fusões e, ou, aquisições que sugerem processo de concentração de mercado. Essa concentração, se por um lado possibilita a obtenção de economias de escala e, ou, escopo, bem como agilidade no processo de distribuição, por outro lado, pode criar condições estruturais para que essas grandes empresas exerçam ações prejudiciais à ordem econômica. Dada a importância da agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, e em razão das mudanças ocorridas no seu

ambiente competitivo, este trabalho teve como objetivo geral avaliar ajustamentos ocorridos nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, enfocando o período de 1995 a 2001. Adotou-se, neste estudo, a hipótese de que, nesse período, em face da queda das barreiras à entrada - abertura comercial, estabeleceu-se no Brasil um processo de concentração de mercados na agroindústria de segundo processamento de trigo, o que permitiu melhor desempenho econômico deste segmento. Como modelo teórico foi utilizado, basicamente, o paradigma Estrutura-Condução-Desempenho da Teoria da Organização Industrial. Entretanto, considerou-se, ainda, a visão da Escola de Chicago sob o arcabouço da Teoria dos Mercados Contestáveis, que adota pressupostos, como a inexistência de barreiras à entrada, aplicáveis em algumas situações específicas de mercado. Os resultados obtidos permitem inferir que o novo ambiente competitivo, caracterizado principalmente pela queda das barreiras à entrada, permitiu a intensificação da concorrência e restringiu o poder de mercado das maiores empresas. Os segmentos foram obrigados a seguir o processo de adequação às exigências do consumidor no mercado, como a melhoria da qualidade, o aumento da variedade e a redução nos preços dos produtos. Todo esse processo foi liderado pelas maiores empresas, que realizaram investimentos em tecnologia e aumentaram, gradualmente, sua participação no mercado, permitindo a obtenção de economias de escala e escopo. O resultado desses ajustamentos se traduziu, portanto, em melhor desempenho econômico e maior benefício para a sociedade, corroborando a hipótese delineada neste estudo.

ABSTRACT

FERREIRA JÚNIOR, Sílvio, M.S., Universidade Federal de Viçosa, February 2003. **Adjustment in second the development wheat agro-industry in Brasil, between 1995 and 2001.** Adviser: Marília Fernandes Maciel Gomes. Committee Members: Danilo Rolim Dias de Aguiar, Antônio Carvalho Campos, and Orlando Monteiro da Silva.

Brazil, in the 90's, faced significant changes in its economy, and these changes have contributed to the modification of the agro-industry competitive ambient of the country's second wheat development. The free market rules, the competition incitement in global level and the economic stabilization characterize, since then, the new competition ambient, requiring from agro-industry the adoption of new competition standard in order to survive. In this context, a common observed strategy in pasta and biscuit industries has been the occurrence of fusion and/or acquisitions that suggest market concentration process. Such concentration makes possible the scale economy obtainment and the agility in distribution process, as well as can create structure conditions for these great enterprises to perform prejudicial actions to the economical order. Due to the importance of the second development wheat in Brazil, and by reason of the changes occurred in its competition ambient, this work had as the general objective to evaluate adjustments occurred in pasta and biscuit industries,

focusing the period between 1995 and 2001. Was adopted, in this study, the hypothesis that, in this period, due to the falling of the obstacles to the commercial entrance-opening, was established in Brazil a market concentration process in wheat second development industry, which permitted better economical performance of this segment. As theoretic model, was utilized basically the paradigm Structure-Conduct-Performance of the Industrial Organization Theory. However, was also considered the Chicago School view under the framework of the Contestable Markets Theory, that adopts presuppositions as the nonexistence of obstacles to the entrance, applicable in some market specific situations. The results obtained permit to conclude that the new competition ambient, characterized mainly by the falling of the obstacles to the entrance, permitted the competition intensification and decreased the biggest enterprises market power. The segments were obliged to follow adaptation process to the market consumer requirement, as the quality improvement, the variety increase and the products prices decrease. All this process was led by the biggest enterprises, that made investments in technology and increased gradually their market participation, permitting the purpose and scale economy obtainment. The result of these adjustments was then converted in better economical performance and bigger benefit for society, and corroborates the hypothesis shown in this study.

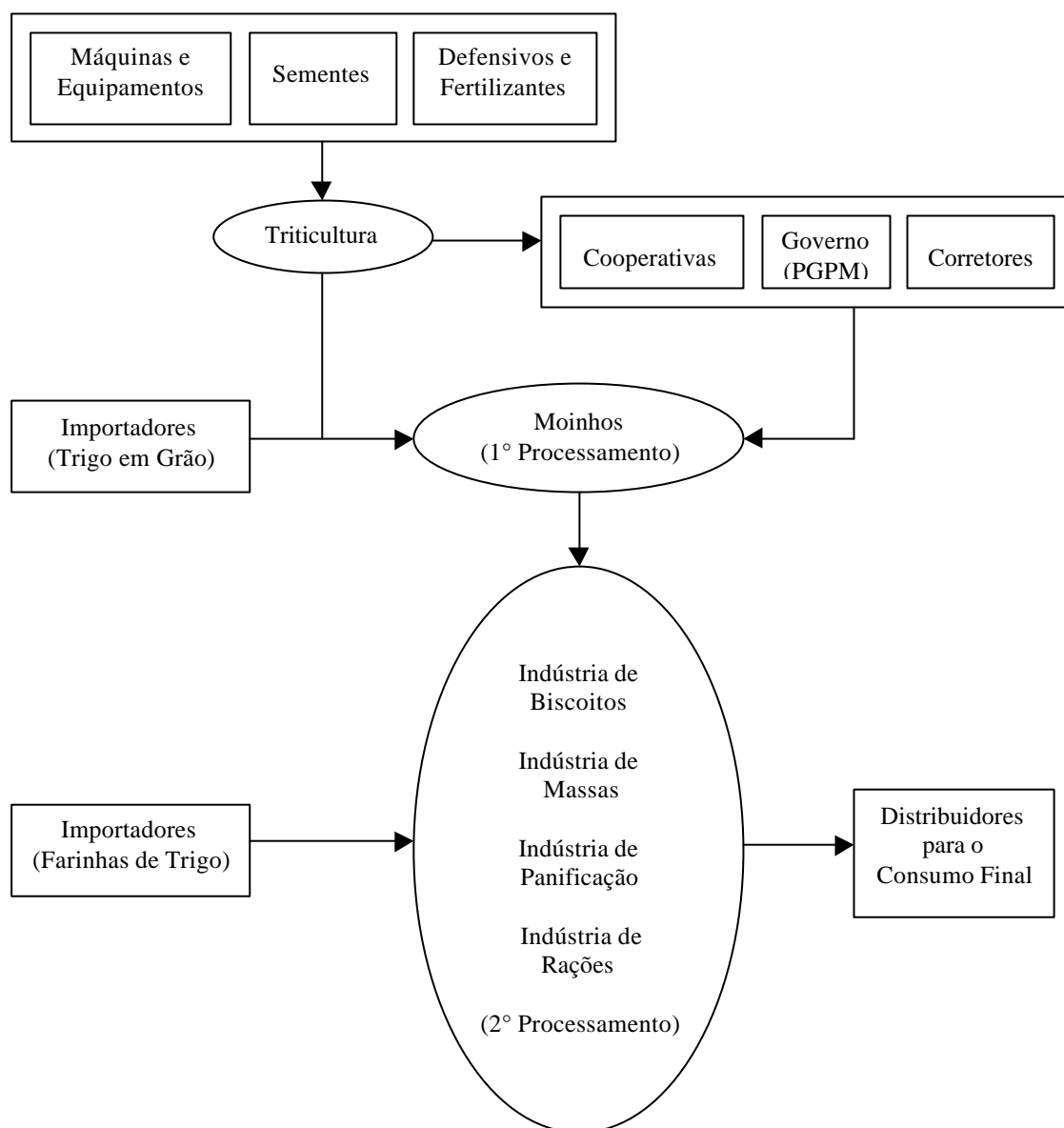
1. INTRODUÇÃO

1.1. Considerações iniciais

O Sistema Agroindustrial (SAG)¹ do trigo no Brasil, conforme a Figura 1, compreende a produção de trigo em grãos; a transformação do grão em farelo e farinhas, pelo segmento de primeiro processamento; a transformação do farelo e das farinhas em rações, pães, massas e biscoitos, pelo segmento de segundo processamento; e a distribuição dos produtos finais, na forma de rações, para alimentação animal, e na forma de farinhas, pães, massas e biscoitos (MENDES, 1994).

O segmento a montante da triticultura fornece os insumos agrícolas, sendo representado pelas indústrias de máquinas e equipamentos, sementes, defensivos e fertilizantes. A produção de sementes, no entanto, é a que apresenta maior especificidade associada à cultura, por ser o trigo tipicamente de clima temperado, exigindo modificações genéticas de acordo com clima e solo em diferentes regiões produtoras no Brasil.

¹ O Sistema Agroindustrial (SAG) é entendido como um conjunto de todos os participantes envolvidos na produção, no processamento e na comercialização de determinado produto agrícola, desde a produção de insumos até o consumidor final. Compreende, ainda, o aspecto institucional, que afeta a coordenação e os estágios sucessivos do fluxo de produção (ZYLBERSZTAJN, 2000).



Fonte: adaptado de MENDES (1994) e AZEVEDO et al. (1998).

Figura 1 - Esquema do SAG do trigo no Brasil.

No que se refere à triticultura, os grãos são vendidos, em sua maior parte, para as cooperativas (80%), sendo a parte restante entregue aos intermediários e moageiros; parte insignificante é autoconsumida na forma de sementes. Entregue às cooperativas, a produção tem por destino a formação de estoques pelo governo (Política de Garantia de Preços Mínimos - PGPM) e os moinhos, os quais, por sua vez, adquirem os grãos diretamente das cooperativas ou por intermédio de corretores, que adquirem estoques do governo, via leilões, e, ainda, dos importadores. Estes são, atualmente, responsáveis por cerca de 70% do trigo demandado pelos moinhos.

O segmento de moagem, por sua vez, fornece dois grupos de produtos: as farinhas, para a indústria de transformação (panificação, biscoitos e massa) e para os distribuidores internos; e o farelo, para a indústria de rações. Após chegar aos distribuidores internos, os diversos produtos tornam-se disponíveis aos consumidores finais.

A dinâmica do SAG do trigo está mais associada ao consumo humano, em detrimento do consumo animal. Segundo AZEVEDO et al. (1998), o segmento de rações apresenta, relativamente, menor importância econômica, contabilizando menos de 25% do volume do trigo consumido. Da farinha produzida para consumo humano (mais de 75% do trigo consumido), cerca de 15% é destinada à produção de massas alimentícias; 15%, de biscoitos; 10%, de pães industrializados; e 10%, de farinhas domésticas. Destaca-se o elevado consumo de farinha por parte das padarias, as quais consomem cerca de 50% da farinha total produzida².

Historicamente, o SAG do trigo sempre dependeu da intervenção estatal, cujo aparato institucional consolidou-se pelo Decreto-Lei n.º 210, de 27/02/67. Assim, o Estado assumia total controle no que se referia à completa estatização da comercialização do grão (nacional e importado), e rígido controle sobre a industrialização e sobre os preços em todo o sistema, inclusive dos derivados, em nível do consumo³. Adicionalmente, o Estado arcava com todas as despesas de

² Esses números refletem a média dos últimos anos e estão sujeitos a variações positivas e negativas.

³ Dado o peso significativo dos derivados do trigo no orçamento familiar e na formação dos índices de preços já naquela época, o subsídio ao consumo era usado para amenizar a aceleração dos índices

transporte e armazenamento, isentava de tributação a comercialização do cereal e concedia aos moageiros um prazo para pagamento pelo fornecimento de trigo, financiando, assim, o seu capital de giro (FERNANDES FILHO, 1995).

O total controle da comercialização possibilitava, portanto, o estabelecimento de várias formas de subvenções ligadas ao sistema de regulação de preços e margens de lucros para os diversos segmentos, distribuindo benefícios para todos os grupos de interesse diretamente envolvidos no SAG do trigo. Assim, esse ambiente criava uma situação cômoda para os diversos segmentos, e a principal estratégia era a redução dos custos de produção.

O início dos anos 90 marcou a reorganização do SAG do trigo no Brasil. O aparato estatal que regulamentava todo o sistema cedeu lugar a uma liberalização geral, definida pela Lei n.º 8.096, de 21/11/90, já que se tornara flagrante a incapacidade de o governo federal continuar financiando o sistema antes vigente. Paralelamente, iniciou-se um processo de rápida abertura comercial, representado pela queda abrupta das tarifas de importação e pela integração regional prevista no Projeto Mercosul.

Esses elementos implicaram, desde então, uma intensa reestruturação em todo o SAG do trigo brasileiro, não só em nível de cada segmento, como também em nível das relações entre eles, com implicações distintas para cada segmento.

1.2. O problema e sua importância

Quatro grandes fatores foram atuantes na economia brasileira desde o início da década de 90, contribuindo para modificação no ambiente competitivo da agroindústria de segundo processamento do trigo no Brasil. Primeiramente, a abertura da economia, com o rebaixamento das alíquotas de importação⁴. Em segundo lugar, a extinção do aparato estatal que regulamentava todo o Sistema Agroindustrial (SAG) do trigo cedeu lugar a uma liberalização geral, definida

inflacionários. Este subsídio, contudo, contribuiu para o aumento do consumo dos derivados do grão (MENDES, 1994).

⁴ 51% em 1988 para 14,2% em 1993 (PINHEIRO e ALMEIDA, 1993).

pela Lei n.º 8.096, de 21/11/90, tornando flagrante a incapacidade de o governo federal continuar financiando o sistema antes vigente (MENDES, 1994). Em terceiro lugar, a regionalização dos mercados no âmbito do Mercosul, que, a partir de 1992, apresentou resultados crescentes no intercâmbio comercial entre os países da região. Finalmente, ocorreu a estabilização da economia, a partir da implantação do Plano Real, em julho de 1994, que permitiu um incremento inicial na renda do consumidor, com conseqüente aumento no consumo, principalmente, de produtos mais elaborados e sofisticados.

As regras de livre mercado, o acirramento da concorrência em nível global e a estabilização econômica caracterizam o novo ambiente competitivo, exigindo da agroindústria de segundo processamento de trigo a adoção de novos parâmetros de competitividade como questão de sobrevivência.

Nesse contexto, uma estratégia comum observada nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas tem sido a ocorrência de fusões e, ou, aquisições que sugerem processo de concentração de mercado. Segundo Food Ingredients (PESQUISA..., 2002), por se constituírem de grande número de empresas, apresentando grande heterogeneidade entre si, esses segmentos são, atualmente, os maiores alvos de fusões e aquisições, como alternativa para ampliação de mercado.

Se por um lado a concentração de mercado resultante desse processo possibilita a obtenção de economias de escala e, ou, escopo, bem como agilidade no processo de distribuição, por outro, cria condições estruturais para que essas grandes empresas exerçam ações prejudiciais à ordem econômica. Os oligopólios têm acesso a várias condutas anticompetitivas, além das associadas à variável preço, que lesam os interesses da sociedade, tais como acordos de exclusividades e vendas casadas.

A agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil está inserida num sistema caracterizado como um dos mais tradicionais e estratégicos sistemas agroalimentares do Brasil, atualmente responsável pela produção de

parte relevante do consumo de alimentos⁵. O Brasil é o segundo maior produtor mundial de biscoitos, ficando atrás dos Estados Unidos, com uma produção de 1.012 mil toneladas e um faturamento de R\$ 2.837 milhões em 2000. No que se refere a massas, o Brasil é o terceiro maior produtor mundial, com uma produção de 1.029 mil toneladas e um faturamento de R\$ 1.899 milhões em 2001. Na primeira e segunda posições estão a Itália e os Estados Unidos, com produção de 2.900 e 1.160 mil toneladas, respectivamente (SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE MASSAS E BISCOITOS NO ESTADO DE SÃO PAULO - SIMABESP, 2002; ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MASSAS ALIMENTÍCIAS - ABIMA, 2001; PINAZZA e ALIMANDRO, 2001). Adicionalmente, existem poucos estudos em relação a este segmento, comparativamente à etapa agrícola e ao segmento de primeiro processamento, dentre os quais destacam-se os de MENDES (1994) e GARCIA (1997), respectivamente.

Em face da importância da agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil e em razão das mudanças ocorridas no seu ambiente competitivo, este trabalho teve como objetivo avaliar os seus ajustamentos, no que se refere aos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, enfocando o período de 1995 a 2001.

Espera-se que este trabalho possa prover informações úteis às empresas dessa agroindústria e ao governo. No tocante às empresas, essas informações podem fornecer subsídios à formulação de um diagnóstico que indique os pontos positivos e negativos da atuação das empresas participantes da agroindústria. Sob a ótica das autoridades governamentais, esses dados podem contribuir para a formulação de políticas industriais específicas para o setor, como programas de incentivo à competitividade, ou de defesa da concorrência.

⁵ Estimativas da COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB (2002) mostram que, precedido pelo arroz, o trigo é, atualmente, o grão mais consumido no Brasil para alimentação humana.

1.3. Hipótese

Em face da queda das barreiras à entrada -abertura comercial, estabeleceu-se no Brasil um processo de concentração de mercados na agroindústria de segundo processamento de trigo, o que permitiu melhor desempenho econômico deste segmento.

1.4. Objetivos

Em termos gerais, objetivou-se, neste trabalho, avaliar o processo de ajustamento ocorrido nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, verificando as mudanças no ambiente competitivo, bem como os efeitos no desempenho de mercado.

Especificamente, pretendeu-se:

- Avaliar as tendências de consumo no Brasil, as quais são orientadoras dos segmentos em análise.
- Avaliar o grau de concentração nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, por meio de indicadores de concentração.
- Descrever as principais estratégias competitivas dos segmentos selecionados da agroindústria.
- Avaliar o desempenho de mercado dos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, por meio dos indicadores propostos.
- Avaliar a relação entre os índices de concentração e os indicadores de desempenho propostos.
- Avaliar o desempenho das maiores empresas dos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, por meio dos indicadores propostos.

2. METODOLOGIA

Neste estudo, utilizou-se a teoria da Organização Industrial (OI), cujo foco encontra-se no modelo Estrutura-Condução-Desempenho das indústrias. Entretanto, considerou-se, ainda, a visão da Escola de Chicago sob o arcabouço da Teoria dos Mercados Contestáveis, que adota pressupostos, como a inexistência de barreiras à entrada, aplicáveis em algumas situações específicas de mercado.

2.1. A teoria de organização industrial

Os estudos sobre Organização Industrial (OI) cresceram bastante nos últimos 40 anos, devido, sobretudo, ao dinamismo das relações inter e intra-setoriais, resultante da interação das atitudes de compradores e vendedores, que são os responsáveis pelo ciclo da produção, pela circulação e pelo consumo de produtos e serviços.

Considera-se que o estudo da OI tenha começado com o modelo proposto por MASON (1939), que rompeu com o estudo da firma representativa, na análise teórica padrão, defendendo a análise das firmas em seus próprios ambientes e enfatizando a necessidade de considerar, dentro do estudo de organização industrial, tanto as variáveis endógenas às firmas quanto as exógenas

a elas. Dessa forma, sob a hipótese de uma linha de causalidade a partir das estruturas de mercado até o desempenho, Mason desenvolveu o Modelo Estrutura-Condução-Desempenho (MECD), que fornece um arcabouço de análise mais realista para a maioria dos estudos de organização industrial.

Para BRUMER (1981), o interesse da OI reside em compreender as razões pelas quais as firmas atuam de determinada maneira, em conhecer os fatos que fazem com que esse comportamento não seja homogêneo, além de buscar a identificação dos determinantes da atuação das empresas e da forma como estes conduzem às correspondentes variações na atuação.

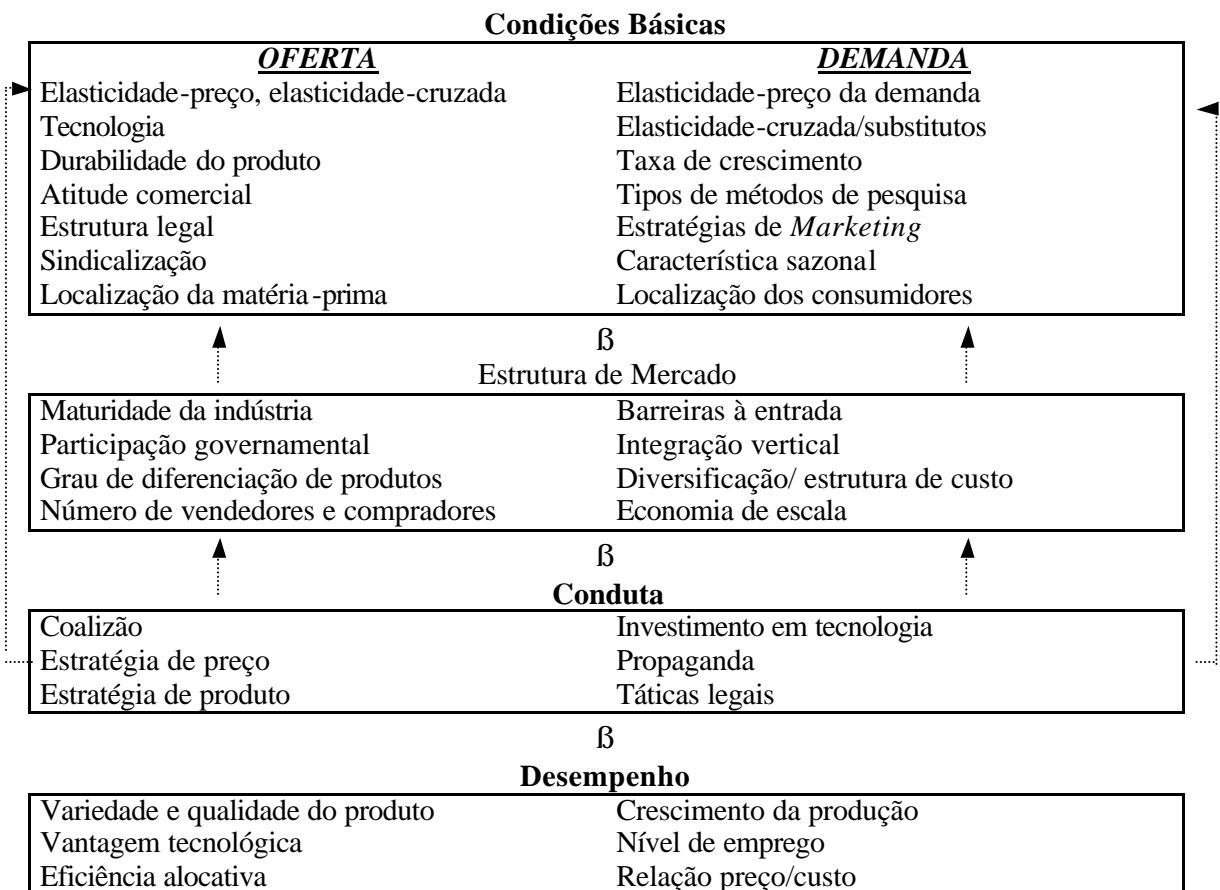
SHERER e ROSS (1990) definiram o escopo da OI como a análise de como os processos de mercado orientam as atividades dos produtores no sentido de atenderem à demanda dos consumidores, como esses processos falham, como se ajustam ou podem ser ajustados, de modo a alcançarem um desempenho mais próximo possível de algum padrão ideal.

Segundo a teoria econômica ortodoxa, há dois tipos de determinantes do desempenho das firma no mercado: a estrutura de mercado e a condução de mercado. A primeira influencia, de maneira decisiva, a atividade da empresa e seus resultados, enquanto a segunda se refere a costumes, políticas, métodos de gerenciamento, padrões de concorrência, estratégias, entre outros, dos quais a empresa se vale para enfrentar a concorrência.

BAIN (1968) foi um dos precursores desta teoria e apresentou toda a conceituação necessária para a compreensão desse paradigma. Em seu livro, *Industrial Organization*, ele faz um estudo individual de cada um dos elementos que compõem o modelo para, depois, fazer uma análise teórico-empírica das associações entre os elementos, como, por exemplo, a extensão do desempenho industrial, que pode ser explicada pela estrutura predominante na indústria.

Um dos vários enfoques utilizados na análise de um mercado industrial tem sido a identificação das relações entre estrutura, condução e desempenho. No modelo E-C-D, o campo de análise está construído sobre as bases da teoria microeconômica tradicional, em que esses elementos são considerados como um complexo interdependente de fenômenos.

Na Figura 2, extraída de SCHERER e ROSS (1990), há um quadro descritivo do modelo E-C-D. Na análise desses autores, o desempenho é consequência das condutas ou do comportamento dos vendedores e compradores em aspectos como práticas e políticas de determinação de preços, cooperação tácita entre firmas, linha de produtos e estratégias de divulgação, pesquisa e desenvolvimento, investimentos em técnicas de produção, táticas legais, e assim por diante. Conduta ou comportamento, por sua vez, depende da estrutura predominante no mercado, caracterizada pela distribuição, por número e tamanho (concentração), dos ofertantes e demandantes, pela presença ou ausência de barreiras à entrada de novas firmas, pelas formas das curvas de custo, pelo grau de integração vertical das firmas, entre outras características.



Fonte: SCHERER e ROSS (1990).

Figura 2 - Estrutura tradicional da análise da organização industrial.

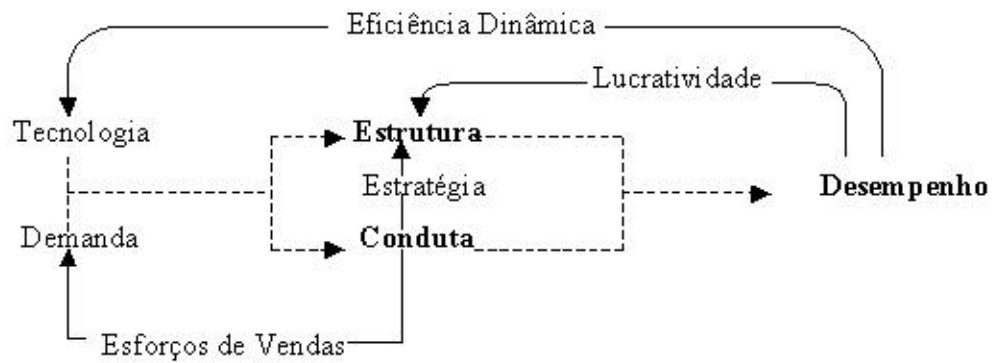
Finalmente, a estrutura de um mercado é influenciada pelas características básicas, que atuam tanto no lado da oferta quanto no da demanda. Pelo lado da oferta são a localização de matéria-prima, o grau de tecnologia, a durabilidade do produto, a relação valor/peso, as atitudes nos negócios, etc.; e, no que se refere à demanda, são a elasticidade-preço da demanda, os bens substitutos, a taxa de crescimento da demanda, o caráter cíclico e sazonal, os métodos de compra e os tipos diferentes de comercialização.

Resumidamente, o modelo focaliza a estrutura como variável explicativa do desempenho, baseada, principalmente, na tríade concentração - barreiras à entrada - lucratividade. Entretanto, como sugere a Figura 2, o uso do modelo deve levar em conta os fluxos casuais que se originam da estrutura para a conduta e para o desempenho. Isso é explicado pelo fato de que a preocupação básica do modelo consiste na previsão da dimensão desempenho a partir da observação das chamadas condições básicas, da estrutura e da conduta.

No entanto, como lembraram SCHERER e ROSS (1990), as influências não fluem apenas das condições básicas de estrutura em direção ao desempenho; há importantes efeitos de *feed-back*. Dessa forma, por exemplo, vigorosos esforços de pesquisa e desenvolvimento podem alterar a tecnologia predominante na indústria e a estrutura dos custos, e o grau de diferenciação física do produto e, ou, as políticas de determinação de preços podem encorajar a entrada de novas firmas no mercado ou expulsar as mais fracas, alterando, conseqüentemente, a estrutura de mercado.

A Figura 3, extraída de MARTIN (1994), mostra de forma simples e clara as relações interativas do modelo. A partir do que o autor denomina de modelo não linear, pode-se dizer que estrutura e conduta são determinadas, parcialmente, por condições de demanda e tecnologia. Além de a estrutura afetar a conduta, a conduta também afeta a estrutura. Por exemplo, quando uma empresa faz propaganda ela está, ao mesmo tempo, diferenciando o seu produto e dificultando a entrada de concorrentes, já que novos produtores terão de disputar o mercado com uma marca mais consolidada. Essa constatação tem gerado estudos voltados aos interesses das empresas, como os de PORTER (1996), sobre a identificação

de condutas adequadas para que a estrutura do mercado seja transformada, facilitando o crescimento da empresa. Então, pode-se dizer que a interação entre estrutura e conduta determina o desempenho.



Fonte: MARTIN (1994).

Figura 3 - Interações no modelo de estrutura-conduta-desempenho.

Observa-se, também, que esforços de venda – um elemento da conduta – afetam, por *feedback*, a demanda; *feedbacks* do desempenho afetam a tecnologia e o próprio desempenho; a eficiência dinâmica ou a taxa de progresso tecnológico exerce influência sobre a tecnologia disponível; e a lucratividade, que determina o quanto é atrativo entrar no mercado, tem um efeito dinâmico intertemporal sobre a estrutura do mercado.

Como citado anteriormente, o MECD objetiva a análise de estruturas “intermediárias” entre competição perfeita e monopólio. Para isso, parte da hipótese de concentração-colusão, que afirma que, em mercados mais concentrados, a probabilidade de ocorrência de uma colusão (explícita ou não) de empresas e de resultados semelhantes ao do monopólio é maior. Assim estruturas mais concentradas levariam a um pior desempenho, desde que houvesse barreiras à entrada de novas firmas nesse mercado. Portanto, pode-se dizer que, quanto mais homogêneo o produto comercializado e mais fácil a entrada de concorrentes no mercado, mais a estrutura se aproxima da *competição perfeita* e menor é o

poder dos agentes de mercado. Nesse caso, as firmas apresentam menores alternativas estratégicas.

A análise da estrutura e do desempenho tem sido de grande utilidade à política pública, tendo em vista que o próprio desempenho é definido, no modelo, em termos de alguma idéia de bem-estar econômico, e essa conceituação instilou na teoria da Organização Industrial uma forte orientação política (BRUMER, 1981). Com base na hipótese de concentração-coalizão, caso se verifiquem desempenhos não-satisfatórios, as autoridades governamentais, mediante regulamentação da estrutura e, ou, da conduta de mercado, podem alterar o desempenho, com vistas a assegurar um grau mínimo de competição, como, por exemplo, medidas que visam impedir fusões.

Boa parte das críticas à OI tradicional decorre da exogeneidade dos determinantes das estruturas (condições básicas da oferta e da demanda), que impõe um caráter estático aos modelos e uma atitude passiva para a firma, não incorporando o processo de inovação, tampouco as estratégias empresariais, como determinantes da organização dos mercados e de sua constante alteração. É exatamente nesse contexto que se desenvolve a fronteira dos estudos da OI.

As versões mais modernas da OI, que vêm se consolidando desde os anos 80, procuram tratar as estruturas de mercado endogenamente. A conduta das empresas e seu desempenho são simultaneamente determinados, em vez de haver uma relação causal e unidirecional entre eles. As estruturas de mercado apresentam determinantes tecnológicos que, combinados com as estratégias empresariais (investimentos em P&D, propaganda, concorrência de preços, produtos, etc.), vão resultar em diferentes padrões de concentração. Toma-se como dado o ambiente institucional, isto é, as normas sociais, as regulamentações governamentais, o ordenamento jurídico, entre outras formas pelas quais se expressam as “regras do jogo” (FARINA, 1997).

A OI continua, portanto, sendo um aparato analítico essencial ao tratar das estratégias competitivas das firmas em condições de interdependência oligopolista e seus efeitos sobre o ambiente competitivo. Barreiras à entrada e à mobilidade constituem características do ambiente competitivo que influenciam

o desempenho das firmas. As estratégias empresariais, por seu turno, visam alterar o ambiente competitivo para obter e preservar lucros diferenciais.

2.1.1. Estrutura de mercado

Para BAIN (1968), estrutura refere-se às características de organização de um mercado que parecem influenciar, estrategicamente, a natureza da competição e dos preços dentro de determinado mercado, as quais estabelecem as relações entre compradores e vendedores. Em outras palavras, refere-se à maneira como as empresas que integram uma indústria se organizam. Além disso, as características que determinam as estruturas de mercado são relativas e tendem a não sofrer alterações expressivas em curto espaço de tempo. A estrutura de mercado, nesse sentido, é relativamente estável, mas pode se modificar em períodos de longo prazo, devido à dinâmica das relações industriais.

Dentre as variáveis que compõem a análise de uma estrutura de mercado, como mostrado pela Figura 1, as principais são concentração de vendedores e de compradores, barreiras à entrada e diferenciação de produtos. Para GEORGE e JOLL (1983), estrutura industrial é, tradicionalmente, associada ao grau de concentração industrial e à existência de barreiras à entrada de novos concorrentes. No entanto, é importante destacar que PORTER (1996) incluiu em seu modelo das cinco forças competitivas vários outros fatores que exercem influência na estrutura industrial. Contudo, as variáveis tradicionais continuam sendo concentração e barreiras à entrada.

As barreiras à entrada de novas firmas representam uma importante magnitude da estrutura de mercado. As condições de entrada podem determinar até que ponto as firmas que já operam no mercado podem agir de forma monopolística, sem induzir uma reação de concorrentes em potencial (GEORGE e JOLL, 1983).

Uma das mais conhecidas barreiras à entrada é a existência de economias de escala. Caso o tamanho mínimo requerido para que uma firma entre no mercado seja muito grande em relação ao tamanho do próprio mercado ou haja

muita desvantagem no custo em operar abaixo do tamanho ótimo, haverá significativo obstáculo à entrada de outras firmas.

Uma segunda barreira à entrada refere-se às vantagens absolutas de custos que as firmas já existentes têm sobre as entrantes em potencial. Assim, ao operarem com níveis de custo maiores, as firmas entrantes são desestimuladas a participar do mercado.

Outro tipo possível de barreira à entrada diz respeito à diferenciação do produto, aliada à promoção agressiva das vendas. O governo também pode atuar como promotor de barreiras à entrada, quando, por meio da legislação de patentes, permite que uma única empresa fabrique dado produto ou utilize determinado processo. Outro exemplo, de caráter institucional, refere-se à concessão, por parte do Estado, a uma firma do direito de exploração, fabricação ou fornecimento de dado bem.

Outra dimensão também importante no estudo das estruturas de mercado é a integração vertical e horizontal. Além disso, a integração vertical das firmas já estabelecidas pode funcionar como barreira à entrada.

A concentração industrial é a dimensão de estrutura de mercado que, na literatura, tem recebido tratamento mais amplo e detalhado. Teoria e prática sugerem que o caráter, a intensidade e a efetividade da competição são, significativamente, afetados pelo grau de concentração de ofertantes em determinado mercado (BAIN, 1968).

Em estruturas de mercado oligopolistas, com produtos diferenciados, além do elevado índice de concentração, buscam-se a diferenciação dos produtos, barreiras à entrada de novos concorrentes, fortes economias de escala, interdependência de ações entre os participantes da indústria e entre eles e os concorrentes em potencial.

Assim, de acordo com AZEVEDO (2000), a concentração reflete o crescimento das firmas até um tamanho que garanta o nível mais eficiente de produção, como resultado de obtenção de economias de escala, possibilitando buscar inovações tecnológicas e modernização. Após esse nível, a concentração implica um comportamento interdependente, que pode gerar falta de competição

no mercado, assegurando obtenção de lucros maiores e afetando a eficiência interna das firmas, visto que pode haver desestímulo à inovação e à melhoria dos processos de produção. O mesmo pode ocorrer em relação à eficiência organizacional e administrativa.

Segundo SCHERER e ROSS (1990), quando as quatro maiores firmas de determinada indústria controlam mais de 40% da produção desta, aumenta a probabilidade de existirem comportamentos oligopolísticos nesta indústria. Na mesma linha de raciocínio, BAIN (1968) classificou os diferentes níveis de concentração, conforme mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Padrões de concentração na indústria

Percentual do mercado detido pelas quatro maiores empresas	Percentual do mercado detido pelas oito maiores empresas	Grau de concentração
75% ou mais	90% ou mais	Muito alto
65% - 75%	85% - 90%	Alto
50% - 65%	70% - 85%	Moderadamente alto
35% - 50%	45% - 70%	Moderadamente baixo
35% ou menos	45% ou menos	Baixo

Fonte: BAIN (1968).

Os níveis de competição e concorrência em um mercado podem se alterar a partir de modificações nos níveis de concentração, que são resultantes de fatores que levam a mudanças no poder dos produtores individuais, como, por exemplo, alterações nos planos estratégicos das empresas líderes, nas economias de escala das firmas, no tamanho e no crescimento do mercado, ou, ainda, a ocorrência de fusões, que podem aumentar as barreiras à entrada.

De acordo com GEORGE e JOLL (1983), alguns fatores que contribuem para o aumento do poder de mercado resultante do aumento no grau de concentração são:

- a) O crescimento interno das firmas, que afeta e diferencia seu tamanho e sua participação no mercado.
- b) As fusões e outras formas de concentração de diferentes firmas em uma forma de propriedade comum, dado o desejo dos produtores de diminuir a concorrência entre firmas, aumentar os lucros ou realizar economias de escala.
- c) A diminuição do mercado para determinado bem, quando as firmas maiores estiverem mais aptas a sobreviver.
- d) A formação de *joint-ventures* entre empresas independentes.
- e) As políticas governamentais - o Estado, muitas vezes, incentiva ou proíbe integração vertical entre firmas, fusões, formação de cartéis, seja por meio de leis ou por intermédio de políticas fiscais.
- f) As economias de escala, que permitem às maiores firmas, em uma ou várias unidades fabris, produzir e comercializar produtos a custos médios inferiores aos das firmas de pequeno porte.
- g) O desenvolvimento tecnológico - pesquisa e inovação que resultem em novos ou diferenciados produtos economicamente viáveis.
- h) O crescimento do mercado, que, de modo geral, é influenciado por mudanças no tamanho ou na participação de uma ou mais firmas de grande porte.
- i) A publicidade, que pode ser fator importante para o aumento ou para a consolidação de elevados níveis de concentração, principalmente nas indústrias de bens de consumo.

Por outro lado, os fatores que ajudam a diminuir o poder de mercado resultante do aumento no grau de concentração são:

- a) Entrada de novas firmas.
- b) Crescimento do tamanho do mercado.
- c) Fechamento de uma ou mais grandes empresas e, ou, crescimento de firmas de médio e pequeno porte.
- d) Redução de barreiras ao comércio e do protecionismo.

2.1.2. Conduta de mercado

A conduta de mercado, variável intermediária do modelo adotado, refere-se aos padrões de comportamento ou às estratégias que as firmas seguem para se ajustar ou se adequar ao mercado no qual operam, isto é, ações que as firmas empregam para a determinação dos preços, da produção, das características do produto, das despesas de venda e dos gastos com pesquisa e desenvolvimento. Logo, conduta diz respeito ao processo de decisão e às relações intra-industriais.

Conforme comentou-se anteriormente, a teoria da organização industrial contemporânea propõe tratar das estratégias competitivas das firmas em condições de interdependência oligopolista e seus efeitos sobre o próprio ambiente competitivo.

A obra de Michael Porter foi responsável por traduzir os fatos estilizados da OI para o mundo das empresas, estabelecendo condições para que as estratégias competitivas possam se traduzir em obtenção de vantagens competitivas, que nada mais é do que assimetrias em relação aos concorrentes – vantagens de custo, informação, diferenciação, capacidade de criação e aproveitamento de oportunidades de investimento (PORTER, 1996).

Na verdade existem amplas variações na conduta das empresas, e as indústrias podem ser classificadas de acordo com os padrões de concorrência dominantes. No entanto, se no interior de uma mesma indústria convivem dois ou mais grupos de empresas que se distinguem pelo padrão de concorrência adotado e pelo conjunto de ativos específicos de que dispõem, cada um desses grupos é chamado de grupo estratégico. Assim, PORTER (1996) definiu grupos estratégicos como *clusters* de firmas dentro da indústria que utilizam os mesmos ativos específicos e o mesmo conjunto de variáveis de concorrência. O que distingue os grupos estratégicos são as diferenças de estratégia competitiva.

Efeitos cumulativos de propaganda podem representar efetivas barreiras à entrada no segmento de marcas da indústria, mas não afetam a entrada no segmento *commodity*. As firmas que operam no segmento *commodity*, por sua

vez, enfrentam barreiras de mobilidade para o segmento de marcas, em geral, mais rentável.

É possível que, para uma indústria em particular, as barreiras à entrada sejam baixas, o produto seja homogêneo aos olhos do consumidor e, portanto, a principal variável de competição seja o preço. Porter caracteriza a estratégia de liderança de custos como aquela necessária para ter competitividade nesse mercado. No entanto, pode existir um grupo de empresas, dentro da mesma indústria, que trabalha com produto diferenciado tanto por marca como por atributos específicos de qualidade, freqüentemente renovados, utilizando como equipamento de distribuição grandes redes de supermercados. Para usar esses instrumentos de concorrência (marca, diferenciação, inovação de produto) são necessários gastos em recursos físicos, humanos e financeiros específicos e que criam barreiras à mobilidade entre um grupo e outro.

Em muitos trabalhos empíricos, o objetivo é determinar a extensão na qual os padrões de concorrência ou comportamento são associados à estrutura de mercado (determinante da conduta) e ao desempenho de mercado (determinado pela conduta). De maneira geral, esta variável é medida ou mensurada quando se privilegiam as informações qualitativas em detrimento das de cunho quantitativo.

2.1.3. Desempenho de mercado

A *performance* ou desempenho do mercado refere-se aos seus resultados finais, os quais refletem o caráter dos ajustamentos feitos pelas empresas à demanda efetiva por seus produtos, no caso de empresas ofertantes, que correspondem ou não às expectativas das empresas. Dessa forma, os estudos sobre desempenho devem sempre analisar os resultados obtidos.

Quando se tomam os modelos convencionais de estrutura de mercado, constata-se que, na concorrência perfeita (e no equilíbrio a longo prazo), a quantidade demandada se iguala à quantidade ofertada quando o preço se iguala ao custo marginal de produção, resultando num melhor desempenho de mercado possível (maior bem-estar social ou máxima eficiência econômica). Em

mercados ditos imperfeitos, no entanto, a oferta é determinada isoladamente, igualando a receita marginal ao custo marginal, resultando num pior desempenho do mercado (menores quantidades e maiores preços, quando comparado à concorrência perfeita).

O desempenho industrial é uma variável *ex-post*, ou seja, sua análise ocorre após ele ter acontecido (BONELLI et al., 1994). Entre os aspectos relevantes propostos para quantificá-lo, conforme mostrado na Figura 1, os principais são:

- a) Resultados técnicos, que se referem ao grau em que os produtos são fabricados em fábricas e plantas de tamanho eficiente.
- b) Resultados financeiros, expressos, na maioria das vezes, pela margem de lucro, ou associando preços e custos marginais.
- c) Resultados de inovação, que implicam o sucesso relativo com o qual as firmas adotam novas tecnologias e processos.
- d) Resultados promocionais, que dizem respeito à relação entre custos de venda e custos de produção.
- e) A análise de desempenho também privilegia aspectos relacionados com contribuição das indústrias para geração e manutenção de empregos.

Em muitos casos, é difícil provar a hipótese de relação direta entre o grau de concentração e as taxas de lucro. Isso acontece porque, muitas vezes, o excesso de lucro pode ser proveniente de outras fontes, como, por exemplo, mudanças inesperadas nas relações da demanda e custos. No entanto, lucros excessivos mantidos por longos períodos de tempo só podem ser explicados pela detenção de poder de mercado oligopolista, por meio de concentração e barreiras à entrada (GEORGE e JOLL, 1983).

2.2. A Escola de Chicago e a teoria dos mercados contestáveis

Partindo-se, fundamentalmente, de linhas diferenciadas quanto à postura que deve ser adotada pelo Estado no mercado (interferência ou não-interferência), surgiram duas escolas de pensamento nos Estados Unidos: A

Escola do Modelo Estrutura-Condução-Desempenho e a Escola de Chicago. A Escola do MECD, conforme discutido em detalhes na seção anterior, argumenta que o exercício privado do poder de monopólio é uma característica persistente em alguns mercados, o que constitui um impedimento para o funcionamento efetivo dos mercados, uma vez que o comportamento estratégico de algumas firmas impede outras firmas de competir. Portanto, em função dos comportamentos estratégicos que assumem, as firmas podem adquirir e manter o poder de controle sobre os preços dos produtos. Uma implicação deste argumento é que o governo deveria implementar políticas competitivas que limitassem esse tipo de comportamento estratégico.

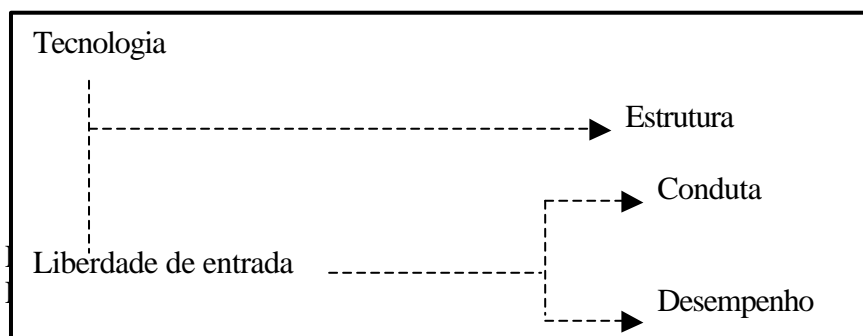
A outra linha de pensamento, da Universidade de Chicago, argumenta que o que uma firma pode fazer pode ser feito por outra, de forma igualmente eficiente, a menos que o Estado interfira. Nesta visão, as empresas estabelecidas e as ingressantes potenciais ou efetivas têm o mesmo conjunto de técnicas e a mesma demanda de mercado a concorrer. A origem do poder de monopólio está na intervenção do governo no mercado, que, intencionalmente ou por inaptidão, pode impedir algumas firmas de competir, para a vantagem de outras firmas. Portanto, mais do que proibir a colusão, o governo deveria contribuir para o aperfeiçoamento do desempenho do mercado, permitindo que as forças de mercado ajam por si só.

A Escola do MECD visualiza o comportamento industrial a partir da competição imperfeita, e a Escola de Chicago, a partir do modelo de competição perfeita, que possui maior poder explanatório e permite que os preços e as quantidades dos bens, no longo prazo, se aproximem dos valores em equilíbrio competitivo. A Escola de Chicago, no entanto, não nega a existência do poder de monopólio, mas acredita que este poder, quando não originado por interferências governamentais, seja usualmente transitório, uma vez que a liberdade de entrada elimina a influência deste poder sobre preços e quantidades, em um curto período de tempo (MARTIN, 1994).

Para a Escola de Chicago, o comportamento estratégico de firmas estabelecidas no mercado é “limitado” pelo comportamento das outras firmas

estabelecidas e de entrantes potenciais. Assim, diante da liberdade de entrada de novos concorrentes, a concentração de mercado permite obtenção de economias de escala e resulta em maior quantidade produzida e menores preços.

O modelo básico da Escola de Chicago pode ser observado na Figura 3, em que a tecnologia e a liberdade de entrada determinam a estrutura de mercado; a liberdade de entrada garante a conduta e o desempenho.



Fonte: MARTIN (1994).

Figura 4 - Modelo da Escola de Chicago.

Apesar de não assumir um completo e perfeito conhecimento do mercado, as demais pressuposições da Escola de Chicago se baseiam no modelo de competição perfeita. Entretanto, admite-se que as relações são mais complexas no curto prazo, porém não há expectativas de que possíveis desvios do modelo de competição perfeita possam persistir no longo prazo, a não ser que o governo, de alguma forma, bloqueie a entrada. Portanto, os desvios são, em geral, temporários.

Ao partir de uma situação de mercado de competição perfeita, o modelo da Escola de Chicago foi construído sobre pressuposições que exigem grau elevado de abstração, o que o torna alvo de críticas, principalmente no que se refere à condição de liberdade de entrada e saída no mercado. No entanto, em algumas situações específicas de mercado essa hipótese pode ser aceita sem

problemas, principalmente sob o arcabouço da Teoria dos Mercados Contestáveis.

Das análises de Bain à Teoria dos Mercados Contestáveis (TMC) delineou-se uma mudança nos rumos do Programa de Pesquisa Científica em Organização Industrial. Segundo FONTENELE (1996), o tratamento dado por Bain, a partir da década de 50, a uma categoria de sua pesquisa teórica - as barreiras à entrada - desencadeou a formação da TMC. A partir de um conjunto de fatores, Bain definiu as possibilidades que levariam à obtenção de lucros extras em firmas estabelecidas, sem, no entanto, constituírem fontes de atração para firmas ingressantes, ditas potenciais. Essa análise fez parte do programa de pesquisa que seguia a lógica causal do Modelo de Estrutura-Condução-Desempenho (MECD) e tinha como objetivo a formalização do modelo, via tratamento econométrico adequado às observações empíricas.

No início dos anos 70, a partir de explorações acerca das firmas multiproduto por Baumol, Bailey, Panzar, Willig, Zajac e Faulhade, foram surgindo os conceitos de subaditividade de custos, sustentabilidade, economias de escala no raio e produto-específicas, economias de escopo e, finalmente, o conceito de contestabilidade. Em 1982, Baumol, Panzar e Willig sumarizaram vários artigos em uma análise sofisticada das barreiras à entrada, explicitada na Teoria dos Mercados Contestáveis (TMC), com um nível bem maior de formalização, quando comparado ao de Bain (FONTENELE, 1996).

Segundo BAUMOL et al. (1982), em mercados perfeitamente contestáveis não haveria barreiras à entrada de novas firmas, a saída destas não implicaria custos irrecuperáveis e as ingressantes tomariam suas decisões de entrada assumindo que as firmas estabelecidas não alterariam, de imediato, seus preços.

Cria-se, portanto, um mercado idealizado, o *perfeitamente contestável*, onde a entrada é livre, a saída está associada à inexistência de custos irrecuperáveis (*sunk costs*) e as firmas podem ser caracterizadas por economias de escala e de escopo. Supõe-se que as ingressantes não estejam em

desvantagem, pois enfrentam o mesmo conjunto de técnicas produtivas e demandas de mercado que as firmas estabelecidas.

Os conceitos envolvidos na noção de contestabilidade fundamentam a análise da estrutura de mercado, principalmente no que se refere à determinação do grau de concentração na indústria e do nível de eficiência. As firmas dos setores que conseguirem, por exemplo, aproveitar economias de escala e de escopo teriam possibilidade de alterar a estrutura de mercado em que operam, podendo torná-lo mais concentrado. Por conseguinte, operando seus conceitos, a TMC procura definir o número requerido de firmas para produzir o vetor de produtos da indústria ao mínimo custo, dadas as suas funções de custo (BAUMOL et al., 1982) e o ambiente de concorrência potencial.

Segundo FARINA (1990), as principais críticas à TMC concentram-se sobre o processo de seleção natural da configuração eficiente, cujo funcionamento depende fundamentalmente da inexistência de custos irre recuperáveis (*sunk costs*) e de a entrada ocorrer mais rapidamente do que as alterações de preço realizadas pelas firmas estabelecidas. No entanto, ao admitir que os preços, em geral, ajustam-se mais rapidamente do que a instalação da capacidade industrial, a entrada induzirá a firma estabelecida a reduzir seu preço, em tempo hábil, para se ajustar à pressão competitiva. Se essa reação se concretizar, a entrada *hit and run*⁶ não será lucrativa e a contestabilidade estará comprometida. BAUMOL et al. (1982) contra-argumentam apoiados na possibilidade de que as ingressantes firmem contratos de serviços com os consumidores antes de sua entrada efetiva.

De fato, no contexto uniproduto, as hipóteses de que inexistem custos de saída e de que a entrada de uma nova firma é mais rápida do que o ajustamento de preços das firmas estabelecidas é pouco provável. Essas hipóteses eliminam qualquer possibilidade de incorporar o tempo transcorrido entre a percepção de um plano lucrativo de entrada pelo concorrente potencial e a realização dos

⁶ A TMC engloba o padrão normativo de equilíbrio competitivo como um caso especial. O modelo e a determinação do equilíbrio na TMC são do tipo *Bertrand-Nash*, no qual a entrada acontece mais rapidamente que as alterações de preços das firmas estabelecidas, ficando estas sem condição de reagir à entrada de possíveis ingressantes, o que constituiu uma das maiores críticas à teoria.

investimentos necessários para colocar o produto no mercado. Se esses investimentos forem produto-específicos, dificilmente pode-se imaginar uma saída sem custos, já que a reutilização dos equipamentos em outras linhas de produto estaria descartada e sua venda em um mercado secundário estaria dificultada pelo fracasso na obtenção de novos lucros no mercado em questão.

No entanto, se o contexto for multiproduto, as hipóteses podem ser consideradas. FARINA (1990) sustenta que, mesmo no contexto multiproduto, a construção de aeronaves, caminhões, locomotivas, aeroportos, por exemplo, demandará um longo período de tempo, durante o qual é possível a realização de lucros extra-econômicos pelas firmas estabelecidas. Todavia, considerando que concorrentes potenciais geralmente são firmas que já atuam na área, por exemplo, em transportes aéreos, rodoviários, e ferroviários, pressupõe-se que eles disponham de aeronaves, caminhões e locomotivas.

Quanto aos aeroportos, FONTENELE (1996) afirma que assim como as rodovias e ferrovias, eles são fornecidos pelo governo, não devendo ser considerados, portanto, como custos incorridos pelas empresas privadas. Os mercados relevantes são as rotas entre pares de cidades; cada rota é considerada um produto vendido em um mercado específico. Assim, as aeronaves de uma companhia poderiam ser facilmente transferidas para cobrir rotas mais lucrativas. Entretanto, quando o ingressante transfere sua capacidade de transportar passageiros de uma rota para outra, seu mercado original sofre uma redução de capacidade, gerando um desequilíbrio que irá pressionar os preços, criando lucros para as empresas remanescentes, a menos que haja capacidade ociosa dos fatores de produção.

É nesse sentido que os autores da TMC sugerem que a entrada potencial exige excesso de capacidade e habilidade das firmas para alterar endogenamente o conjunto de produtos da indústria através de suas próprias estratégias. Nessas condições, a existência de custos fixos irrecuperáveis pode efetivamente melhorar as oportunidades para uma firma “contestar” um mercado. É possível, também, incorporar o conceito de diferenciação de produto, que constitui um importante elemento das estratégias de concorrência nas modernas corporações,

uma vez que as marcas podem ser consideradas como *sunk costs* que poderão ser aproveitados para novos produtos ou novos mercados, gerando inclusive economias de escopo.

Sabendo-se que o exame das condições de entrada numa indústria concentrada constitui um dos principais alvos dos formuladores de políticas públicas, que objetivam uma competição praticável e um maior nível de bem-estar, pode-se dizer, portanto, que a TMC apresenta um forte apelo normativo no que diz respeito à sugestão de políticas públicas (BAUMOL et al., 1982). A possibilidade de estruturas concentradas, inclusive o monopólio natural, constituírem configurações factíveis e sustentáveis justifica a não-intervenção do Estado, sob o risco de injeção de ineficiência no mercado. A mão invisível, segundo FONTENELE (1996), “estende seus dedos” para um arranjo com as ingressantes potenciais, de modo a obrigar as firmas estabelecidas, pela ameaça de entrada, inclusive do tipo *hit and run*, a agirem como concorrentes perfeitos, aproximando o preço do custo marginal, numa configuração eficiente. Dessa forma, pode-se prevenir a entrada, desde que ocorra o fornecimento de benefícios aos consumidores, pois, caso contrário, qualquer desvio de comportamento levaria a uma maior vulnerabilidade para as firmas.

De acordo com FONTENELE (1996), dentro dos debates sobre regulação dos mercados, preocupação constante da Escola do modelo de estrutura-conduta-desempenho, os argumentos utilizados continuam a ser extraídos da Microeconomia Tradicional e da teoria do bem-estar. Em tal contexto a TMC enquadra-se perfeitamente e traz elementos importantes para o debate: considerações de eficiência de escopo, além de escala; determinação endógena da estrutura industrial; importância do *sunk costs*; e o papel que a concorrência potencial pode desempenhar no processo de ajustamento das firmas.

Com isso, a TMC reverte a tendência à formulação de políticas públicas que objetivam abrandar a concentração. As considerações obtidas pela TMC

passaram, portanto, a integrar as audiências realizadas pelas agências antitruste⁷. Entretanto, os autores negam a associação que se tem feito entre a TMC, a desregulação desmensurada e o desmantelamento das salvaguardas antitruste. Conforme FONTENELE (1996), a TMC não pretende dar suporte àqueles que acreditam que o mercado livre resolve automaticamente todos os problemas econômicos e que virtualmente todas as atividades reguladoras e antitruste constituem uma fonte onerosa de ineficiência econômica. De fato, para mercados perfeitamente contestáveis, a TMC afirma que vários problemas podem ser resolvidos automaticamente.

No entanto, segundo a TMC, estruturas com número pequeno de grandes firmas, fusões horizontais e verticais (dentre outros arranjos considerados tentativas monopolistas de controle do mercado em detrimento dos consumidores) podem se mostrar inofensivas sob contestabilidade. Desta observação, contudo, nada pode se inferir sobre a intervenção do setor público em um mercado particular. Antes, é necessário mostrar que o caso em questão é ou não altamente contestável.

2.3. Modelo analítico

A literatura de Organização Industrial tem sistematicamente mostrado que não há uma relação causal simples e unidirecional entre a estrutura de mercado, a conduta (estratégia) das firmas e o desempenho do mercado. Todavia, conforme FARINA e ZYLBERSZTAJN (1998), essa complexidade teórica e prática não torna inútil esse tipo de análise para as questões de competitividade nem para a identificação de políticas públicas. O reducionismo teórico, a simultaneidade e a retroalimentação não são obstáculos intransponíveis para estudos aplicados, apenas exigem que se levem em conta esses efeitos.

⁷ Debates sobre desregulamentação da economia americana, em alguns casos, nos setores clássicos de transporte aéreo, rodoviário e de telecomunicações têm sido influenciados pelas teorias da TMC e de custos de multiproduto.

Seguindo o raciocínio dos referidos autores, este estudo foi feito por meio da análise do ambiente competitivo de atuação da agroindústria de segundo processamento de trigo e posterior análise do seu desempenho de mercado.

No que se refere à análise do ambiente, esta será feita, primeiramente, pela análise das características e tendências da demanda, as quais são orientadores das ações das empresas. Em seguida, será feita a análise da estrutura, por meio de indicadores de concentração propostos. Finalmente, será feita a descrição de algumas das principais estratégias competitivas (variável conduta).

2.3.1. Estrutura

A mensuração da concentração fornece os elementos empíricos necessários à análise do nível de competição em uma indústria e às comparações que venham a permitir a análise da dinâmica do processo de concentração sob a ótica dos ofertantes.

Segundo KON (1994), alguns aspectos podem dificultar a operacionalização da medida de concentração, como: a definição exata do mercado a ser estudado, que pode se referir a um produto, a bens substitutos ou bens similares, a regiões específicas, etc.; a inclusão, ou não, das importações e exportações na medida de concentração; a distinção entre estabelecimento e empresa; a escolha do indicador adequado; e a disponibilidade de informações estatísticas adequadas.

De maneira geral, os indicadores escolhidos levam em consideração três parâmetros: a capacidade produtiva, o número de empregados e os ativos possuídos. No que se refere à capacidade produtiva, podem-se utilizar indicadores da quantidade física de produção ou indicadores monetários, como o valor das vendas, entre outros. Os indicadores monetários são particularmente importantes quando o estudo se refere a produtos não completamente homogêneos. O número de trabalhadores é, muitas vezes, utilizado para se

avaliar o poder da empresa, porém não reflete, adequadamente, o grau de concentração no mercado.

De modo geral, o uso de diferentes medidas leva à obtenção de resultados também diferentes. No entanto, conforme ressaltou KON (1994), testes empíricos revelaram alto grau de correlação entre as diferentes medidas.

De acordo com GEORGE e JOLL (1983), para que uma medida de concentração seja considerada ideal, é desejável que ela possua as seguintes características:

- a) Deve dar uma ordenação clara das indústrias.
- b) Deve ser independente do tamanho da indústria, mas ser função da participação conjunta das firmas no mercado.
- c) A concentração deve aumentar se aumentar a participação de qualquer firma à custa de uma firma menor.
- d) Se todas as firmas forem divididas em determinado número de partes iguais, a medida de concentração deve diminuir na mesma proporção.
- e) A medida de concentração deve ser função decrescente do número de firmas.
- f) Os limites de uma medida de concentração devem ser um e zero.

As medidas mais utilizadas e que serão adotadas neste trabalho são a razão de concentração e o índice de Herfindahl-Hirschiman.

a) Razão ou relação de concentração

$$CR_m = \sum_{i=1}^m p_i$$

em que m = número de firmas; e P_i = participação da i -ésima firma no total do mercado.

Esta medida considera o mesmo grau de importância para todas as firmas e também não é afetada pela mudança no número de firmas em uma indústria. Normalmente, trabalha-se com a participação de quatro e, ou, oito maiores firmas (CR4 ou CR8, respectivamente) sobre a utilização total de recursos econômicos (produção, vendas, etc.) de um setor industrial. As denominações CR4 e CR8 são

utilizadas para designar a parcela do mercado controlada pelas quatro e oito maiores empresas do mercado, respectivamente (SCHERER e ROSS, 1990). Mesmo assim, a escolha de m é arbitrária e, de maneira geral, ditada pelas informações estatísticas disponíveis.

Apesar de ser fácil de calcular, este índice apresenta algumas críticas, conforme indicou RESENDE (1994). Em primeiro lugar, as m maiores firmas em determinado período podem não ser as mesmas em outro período. Além disso, a razão de concentração desconsidera a concentração relativa entre as firmas, seja no grupo das maiores, seja no das restantes. Portanto, este índice, em muitos casos, não leva em consideração a ocorrência de fusões e tampouco considera mudanças na participação relativa de cada firma do grupo das maiores no mercado. Para BRUMER (1981), uma supervalorização do índice pode surgir ao não se considerar um alto nível de importações em relação à produção doméstica, ou as condições competitivas do mercado interno, no caso de haver grande volume de exportação da produção das maiores empresas, podem ser, significativamente, diferentes das indicadas pelo nível de concentração.

Este indicador, segundo GEORGE e JOLL (1983), oferece uma aproximação do que se costuma chamar de concentração técnica de um setor, em nível das plantas produtivas. Uma de suas limitações é que ele subestima a concentração econômica, ou seja, a participação das maiores empresas nas vendas totais, na medida em que estas empresas tenham participação nas pequenas. No entanto, o indicador em questão representa, de forma indireta, o poder de mercado das firmas dominantes, devido ao tamanho de suas plantas.

b) Índice de Herfindahl

$$H = \sum_{i=1}^n p_i^2$$

em que n = número de firmas e P_i = participação da i -ésima firma no total do mercado.

Ao se elevar ao quadrado cada parcela P_i , atribui-se um peso maior às parcelas relativamente maiores. Por outro lado, quanto menor a firma, menor será sua contribuição proporcional para o valor do índice. O limite superior desse índice é igual a um (1), o que ocorre na situação de monopólio, visto que, neste caso, $P_i = 1$ para qualquer i e $P_j = 0$ para todo $j \neq i$. Seu valor aumenta com o aumento da desigualdade entre as firmas, independentemente do número de firmas. Logo, ele é considerado um bom indicador do grau de concentração em um mercado.

O valor mínimo deste índice é representado por $1/n$ e ocorre quando as firmas têm participação igualitária no mercado. À medida que o número de firmas aumenta, o limite inferior do índice de Herfindahl diminuirá, e, quando o número de firmas for infinitamente grande, o valor tenderá a zero. Este índice tem a vantagem de captar a ocorrência de fusões, em termos de aumento em seu valor (RESENDE, 1994).

2.3.2. Estratégias competitivas

A variável conduta, no modelo adotado, será representada pela identificação e descrição das principais estratégias competitivas em cada um dos segmentos, com o objetivo de fornecer subsídios para melhor compreensão do desempenho de mercado.

2.3.3. Desempenho de mercado

A análise do desempenho de mercado requer a utilização de indicadores que levam em conta as características dos segmentos selecionados e as limitações de dados e informações. Desse modo, para a análise do desempenho da agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, foram utilizadas duas categorias de indicadores. A primeira categoria refere-se aos indicadores que refletem o desempenho competitivo de cada segmento como um todo, quais sejam:

- 1) Evolução da produção.
- 2) Evolução das exportações.
- 3) Evolução das importações.
- 4) Evolução do faturamento.
- 5) Evolução do faturamento por tonelada produzida.
- 6) Evolução dos índices reais de preços.

Esses indicadores mostram o dinamismo de cada segmento, se está aumentando ou não sua participação na economia, sua competitividade e, indiretamente, sua capacidade de gerar empregos (FERNANDES, 1993). Adicionalmente, os indicadores de número 1, 2, 3 e 6, em particular, dão sinais que ajudam na avaliação do grau de bem-estar econômico ou da eficiência econômica.

A segunda categoria de indicadores procura refletir o desempenho dos grupos representados pelas oito maiores empresas dos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, respectivamente, quais sejam:

- 1) Evolução da taxa de lucro sobre o faturamento (L/F).
- 2) Evolução da taxa de lucro sobre o ativo total (L/A).
- 3) Evolução do faturamento sobre o ativo total (F/A).
- 4) Evolução do ativo permanente sobre o ativo total (P/A).
- 5) Evolução do endividamento geral (EG).
- 6) Evolução da liquidez geral (L).
- 7) Evolução do custo de produção sobre o faturamento (C/F).
- 8) Evolução das despesas operacionais gerais sobre o faturamento (D/F).

Vale lembrar que, por se referirem apenas às maiores empresas, esses indicadores não refletem, necessariamente, o desempenho de cada segmento como um todo. No entanto, certamente eles refletem o desempenho das empresas que compõem grupos estratégicos mais dinâmicos, que investem em diferenciação e segmentação de mercado.

A lucratividade é um indicador importante, uma vez que a manutenção ou o crescimento lucrativo das participações de mercado permite avaliar o poder de mercado das maiores empresas. A taxa de lucro sobre o faturamento (L/F), ou

margem líquida, mede a rentabilidade ou a eficiência das vendas. Esta taxa é obtida da divisão do lucro líquido pelo valor total das vendas, com o resultado multiplicado por 100 (ASSAF NETO, 1998). Quanto maior o valor deste índice, melhor.

Quanto à taxa de lucro sobre o ativo total (L/A), ou rentabilidade do ativo, ela indica quanto as empresas obtiveram de lucro líquido para cada unidade monetária de investimento total em ativos (com o resultado multiplicado por 100). É uma medida da capacidade da empresa de gerar lucro. Portanto, quanto maior o valor deste índice, melhor.

O faturamento sobre o ativo total (F/A), também denominado giro do ativo, é um indicador de produtividade dos recursos empregados na atividade, ou de quanto o segmento produz e vende em relação aos investimentos empregados, ou, ainda, avalia a eficiência operacional das empresas (ASSAF NETO, 1998). Este índice é obtido por meio da divisão da receita operacional líquida (ou faturamento líquido) pelo ativo total, cujo resultado é multiplicado por 100. Quanto maior o seu valor, melhor.

A relação percentual entre o ativo permanente e o ativo total (P/A) é um indicador da capacidade produtiva das empresas. No caso em que as empresas realizam atividades de produção, tais atividades requerem sempre maior porcentagem de ativo aplicado no ativo permanente. Todavia, qualquer empresa tem necessidade de manter parte do capital em disponibilidade, para fazer face aos compromissos correntes, assim como de valores circulantes, para o desenvolvimento de suas atividades (ASSAF NETO, 1998).

Quanto ao endividamento geral (EG), este mostra a participação de capitais de terceiros sobre os recursos totais empregados na atividade, indicando o grau de risco do segmento. Este índice é obtido pela divisão do passivo circulante mais o exigível a longo prazo sobre o ativo total, com o resultado multiplicado por 100. Quanto menor for o valor deste índice, melhor, pois depender de capitais de terceiros tira o poder e a liberdade das decisões financeiras das empresas (ASSAF NETO, 1998).

O índice de liquidez geral (L) mostra a capacidade de pagamento das empresas, considerando tudo o que será convertido em dinheiro (a curto e longo prazo) e relacionando com tudo o que a empresa assumiu como dívida (a curto e longo prazo). Mede quanto as empresas possuem de recursos não imobilizados em atividades fixas para cada unidade monetária de dívida. Este indicador é obtido pela divisão entre o ativo circulante mais o realizável a longo prazo e o passivo circulante mais o exigível a longo prazo. Quando o índice for menor que 100 (se estiver em porcentagem), as empresas dependerão de lucros futuros, renovação das atividades ou vendas de ativos fixos para se manterem solventes (ASSAF NETO, 1998).

A relação percentual entre o custo de produção e o faturamento líquido (C/F) é um indicador da habilidade das empresas em obter preços acima dos custos de produção. Quanto à relação percentual entre as despesas operacionais gerais e o faturamento líquido (D/F), este índice é um indicador da eficiência das empresas na gestão da atividade, bem como na distribuição dos seus produtos no mercado. As despesas operacionais gerais referem-se à soma das despesas administrativas (gestão dos negócios) e das despesas oriundas da promoção, distribuição e venda (ASSAF NETO, 1998). Quanto menor os valores desses indicadores, melhor.

2.4. Fonte de dados

Os dados utilizados para o cálculo dos índices de concentração e dos indicadores financeiros e econômicos referem-se às maiores empresas brasileiras dos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, classificadas de acordo com seu faturamento. Estes dados são anuais, abrangendo os anos de 1995 a 2001, e foram obtidos do Balanço Anual da GAZETA MERCANTIL, no *site* <http://www.gazetamercantil.com.br>. Este *site* disponibiliza a seus assinantes o balanço anual completo das maiores empresas pertencentes aos diversos setores industriais brasileiros. Para os segmentos da agroindústria do trigo, os balanços anuais se referem apenas às oito maiores empresas de cada segmento.

Os dados anuais de importação e exportação foram obtidos na Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), para os anos de 1990 a 2001, e estão disponíveis no *site* <http://alicesweb.mdic.gov.br>.

Os dados anuais referentes ao consumo, à produção e ao faturamento foram obtidos nas associações de cada indústria ou segmento: Sindicato das Indústrias de Massas e Biscoitos no Estado de São Paulo (Simabesp) e Associação Brasileira da Indústria de Massas (ABIMA).

Com relação aos preços, estes referem-se aos índices reais mensais extraídos do estudo de AZEVEDO et al. (1998), abrangendo os meses de janeiro de 1993 a janeiro de 1998.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este tópico está dividido em quatro partes. A primeira parte faz análise das tendências de consumo no Brasil, procurando evidenciar a mudança nos hábitos e o aumento da participação dos derivados de trigo no consumo de alimentos. A segunda e a terceira parte analisam, respectivamente, o grau de concentração nos segmentos selecionados e as principais estratégias competitivas adotadas em cada segmento. Finalmente, a quarta e última parte avalia o desempenho de mercado dos segmentos selecionados, procurando verificar a relação entre os indicadores de desempenho e os índices de concentração. Completando a análise, avalia-se o desempenho das oito maiores empresas pertencentes a cada segmento selecionado.

3.1. O mercado consumidor no Brasil

O mercado de derivados de trigo no Brasil tem passado por intensa transformação, decorrente não somente da desregulamentação do mercado, mas também de elementos comuns a todos os mercados de produtos agroalimentares, refletindo a mudança e a internacionalização dos hábitos alimentares em vários aspectos que se interagem, entre eles: a ascensão da participação da mulher e dos demais membros da família no campo de trabalho, concomitantemente à redução

do tempo destinado à preparação das refeições, tem aumentado a participação relativa dos produtos com maior elasticidade-renda da demanda, como alimentos semipreparados, macarrão, biscoitos e mistura para bolos; o aumento do consumidor *single*, representado pelos solteiros, viúvos e descasados que optam por alimentos de preparo rápido; o crescimento da proporção de pessoas idosas e o reconhecimento da importância dos alimentos “saudáveis” na dieta, aumentando a demanda por produtos de baixa caloria e dietéticos; a difusão de novas técnicas de preparo, como o forno de microondas; e o aumento do número de refeições fora do domicílio, como *fast food* e cozinha industrial. Adiciona-se a esses aspectos o fato de o consumo de derivados do trigo ter sido estimulado pelos subsídios governamentais, vigentes até o ano de 1990 (MENDES, 1994; ZANDONADI, 1996).

Quando comparados com o consumo de outros alimentos, os derivados de trigo apresentam desempenho bastante variável, conforme suas características. Fazendo, primeiramente, uma análise do valor despendido pelos consumidores, nota-se, no Quadro 2, profunda modificação na decisão de compra no período compreendido entre a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 1987 e a de 1996.

Quadro 2 - Participação percentual de produtos selecionados na despesa com alimentação no domicílio brasileiro

Produto	1987	1996	Variação (%)
Arroz	4,24	3,22	-23,92
Feijão	2,54	1,90	-25,04
Farinha de trigo	0,48	0,39	-17,89
Macarrão	1,42	1,15	-19,29
Panificados	9,15	11,84	29,29
Outros panificados	1,70	2,22	30,55
Biscoitos	1,94	2,37	22,22
Alimentos preparados	1,70	3,05	79,42

Fonte: IBGE - Pesquisa de Orçamentos Familiares.

De modo geral, produtos mais tradicionais e de menor valor agregado, como arroz, feijão, farinha de trigo e macarrão, passaram a representar menor participação nas despesas familiares em alimentação no domicílio. No caso específico do macarrão, a queda de participação nos gastos foi decorrente da queda dos preços, uma vez que houve crescimento do volume consumido, conforme apresentado posteriormente. O mesmo não pode ser dito com relação ao arroz e feijão, cujo consumo apresentou redução também em volume. Segundo a POF, entre 1987 e 1996, o consumo médio de arroz caiu de 26,96 para 24,96 kg por habitante/ano e o de feijão reduziu de 11,7 para 9,95 kg por habitante/ano, revelando que a queda de participação desses itens no total de despesas com alimentação no domicílio deveu-se também à queda de consumo. Em contraposição, produtos de maior valor agregado experimentaram grande crescimento do consumo, como, por exemplo, alimentos preparados.

Verificada a mudança qualitativa no padrão de consumo, o Quadro 3 permite observar o comportamento da quantidade consumida de massas alimentícias e de biscoitos, a partir do início da década de 90.

Os dados permitem observar que os consumos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas apresentaram o mesmo comportamento no período compreendido entre 1993 e 2001. As quantidades consumidas de massas e biscoitos apresentaram nítida e contínua tendência de crescimento, atingindo o pico no ano de 1999, nos patamares de 967,2 mil e 1.077,1 milhões de toneladas consumidas, respectivamente. O consumo naquele ano, quando comparado ao do início do período, revela crescimento da ordem de 31,2% para massas alimentícias e de 82,1% para biscoitos e bolachas.

Quadro 3 - Evolução do consumo aparente dos derivados de trigo selecionados, em toneladas

Ano	Massas alimentícias	Biscoitos e bolachas
1993	737.018,34	591.522,75
1994	771.464,59	757.552,59
1995	870.849,13	851.725,38
1996	880.810,53	958.724,02
1997	944.399,68	1.003.588,01
1998	956.034,44	1.068.221,66
1999	967.163,51	1.077.128,33
2000	950.789,93	990.549,86
2001	947.732,94	972.505,11
TGC ¹	3,26%***	5,78%***

Fonte: SIMABESP (2002) e ABITRIGO (2002), adaptado pelo autor.

¹ taxa geométrica de crescimento.

*** significativo a 1%.

Observa-se, portanto, que, concomitantemente às mudanças no perfil do consumidor, o Plano Real de estabilização da economia, adotado em meados de 1994, permitiu incremento na renda do consumidor em geral, com conseqüente aumento no consumo desses produtos. Esta tese é corroborada quando se verifica, a partir de 1999, leve retração do consumo, tanto de massas quanto de biscoitos, decorrente da perda do poder aquisitivo da população em geral. As quantidades consumidas de massas e biscoitos no ano de 2001, quando comparadas com as do ano de 1999, representaram quedas em torno de 2,0% e 9,7%, respectivamente.

As taxas geométricas de crescimento do consumo, para o período 1993-2001, indicaram tendência positiva da ordem de 3,26% ao ano para as massas alimentícias e de 5,78% ao ano para biscoitos e bolachas. A análise das taxas de crescimento pode sugerir, ainda, maior resposta do consumo de biscoitos e

bolachas às variações na renda, quando comparada ao consumo de massas alimentícias⁸.

Embora se verifique retração no consumo, as médias, para os dois últimos anos, da ordem de 949,3 mil toneladas para massas e 981,6 mil toneladas para biscoitos, não deverão se reduzir aos patamares de consumo observados no início da última década, devido ao aumento da população e à mudança nos hábitos de consumo. Pelo contrário, a ABIMA e a SIMABESP, representantes das indústrias de massas e biscoitos, respectivamente, acreditam no potencial de alargamento do mercado de massas e biscoitos no Brasil quando comparam seu consumo *per capita* com o dos maiores países consumidores, conforme Quadro 4.

Quadro 4 - Consumo em kg *per capita* de países selecionados, no ano de 1999

Massas alimentícias		Bolachas e biscoitos	
Itália	28,2	Bélgica	16,1
Venezuela	12,7	Holanda	14,8
EUA	9,0	Argentina	7,9
Argentina	6,8	Itália	7,5
Portugal	6,5	Espanha	6,9
Brasil	5,7	Brasil	6,1

Fonte: SIMABESP (2002), adaptado pelo autor.

Segundo dados do IBGE, em 1996, a população brasileira cresceu a uma taxa anual média de 1,3% ao ano. Cerca de 37% movimentam um mercado de consumo em torno de US\$ 320 bilhões ao ano; 44,4% têm consumo em torno de US\$ 150 bilhões ao ano; e os 18,5% restantes vivem abaixo do limite de

⁸ Essa afirmativa, no entanto, só seria conclusiva por meio de análise econométrica, estimando-se a função de demanda para massas alimentícias e para biscoitos e bolachas, separadamente.

subsistência. Portanto, é principalmente nos extratos superiores da renda que se verificam as mudanças no perfil do consumo.

De acordo com VIGLIO (1996), o segmento composto pela classe média se caracteriza por sua rápida resposta a variações de preço e renda e por apresentar padrão de consumo altamente influenciado pelo marketing, pelas técnicas de exposição dos produtos nos supermercados e pelos padrões de consumo das classes de renda mais elevada. Assim, os segmentos compostos pelas classes de maior renda representam grande potencial de mercado para a agroindústria de derivados de trigo, principalmente para as empresas pertencentes ao grupo estratégico capaz de implementar a segmentação e a diferenciação dos seus produtos.

3.2. Estrutura de mercado

Para a análise da estrutura de mercado do segmento de massas alimentícias e de biscoitos, foram calculados quatro índices de concentração (CR4, CR8, H4 e H8), por meio da utilização do faturamento das maiores empresas em cada segmento, para os anos de 1995 a 2001. Os cálculos foram feitos levando-se em consideração as firmas individuais, identificadas por sua razão social, e não os grupos empresariais como um todo. Assim, os resultados obtidos podem subestimar a concentração econômica dos segmentos.

No segmento de massas alimentícias, verificou-se, no período estudado, conforme mostrado no Quadro 5, aumento quase que constante no grau de concentração. Em 1995, as quatro e as oito maiores empresas detinham, respectivamente, 21,56% e 32,64% do faturamento do segmento. Já em 2001 as quatro e as oito maiores empresas passaram a controlar, respectivamente, 35,69% e 48,52% do faturamento total. No período, as taxas geométricas de crescimento da concentração para as quatro e oito maiores empresas foram de 7,27% e 5,16% ao ano, respectivamente.

Quadro 5 - Índices de concentração para o segmento de massas alimentícias

	CR4	CR8	CR4/CR8	H4	H8
1995	0,2156	0,3264	0,6605	0,01285	0,01625
1996	0,2201	0,3465	0,6352	0,01268	0,01704
1997	0,2062	0,3316	0,6218	0,01112	0,01529
1998	0,2243	0,3314	0,6768	0,01305	0,01655
1999	0,2249	0,3314	0,6786	0,01317	0,01653
2000	0,2643	0,3868	0,6833	0,01777	0,02219
2001	0,3569	0,4852	0,7418	0,03955	0,04415
TGC ¹	7,27%**	5,16%**	1,02%**	16,25%**	13,74%**

Fonte: Dados da pesquisa.

¹ taxa geométrica de crescimento.

** significativo a 5%.

Esse fato é também evidenciado quando se observa a relação CR4/CR8, que apresentou taxa geométrica de crescimento de 1,02% ao ano no período. Esta relação permite observar aumento significativo na concentração, a partir de 1997, com as quatro maiores empresas dominando 74,18% do faturamento obtido pelas oito maiores em 2001.

A observação da evolução dos índices de concentração de Herfindahl para as quatro e oito maiores empresas também permite verificar que houve aumento na concentração e na desigualdade entre as empresas. Visto que, quanto mais distante de zero (ou próximo de 1) for o valor do índice, maior será a desigualdade, percebe-se que esta foi maior quando se consideraram as oito maiores empresas, comparativamente às quatro maiores⁹. As taxas geométricas de crescimento para os índices H4 e H8 revelam aumento expressivo na

⁹ Pelo fato de refletirem apenas o grau de desigualdade entre as quatro e as oito maiores empresas, os indicadores H4 e H8 não refletem, em valor absoluto, a indústria como um todo. No entanto, pode-se afirmar que suas tendências estão correlacionadas com a tendência da indústria, de tal maneira que aumentos nos valores desses indicadores são acompanhados por aumento na desigualdade da indústria, e vice versa.

desigualdade entre as grandes empresas, da ordem de 16,25% e 13,74% ao ano, respectivamente.

No segmento de biscoitos, por sua vez, também se verifica aumento nos índices de concentração propostos. Por meio do Quadro 6, é possível observar que os índices sofreram leve retração em seus valores no primeiro triênio do período. No entanto, os anos compreendidos entre 1997 e 2001 caracterizaram-se pelo contínuo aumento nos índices de concentração. Em 1995, 27,33% e 33,58% do faturamento total deste segmento era dominado, respectivamente, pelas quatro e pelas oito maiores empresas. Já em 2001 as quatro e as oito maiores empresas passaram a controlar, respectivamente, 36,77% e 45,54% do faturamento total. No período 1995-2001, as taxas geométricas de crescimento dos índices CR4 e CR8 foram de 7,02% e 6,64% ao ano, respectivamente.

Quadro 6 - Índices de concentração para o segmento de biscoitos e bolachas

	CR4	CR8	CR4/CR8	H4	H8
1995	0,2733	0,3358	0,9510	0,02387	0,02510
1996	0,2366	0,3009	0,9326	0,01814	0,01945
1997	0,2351	0,2925	0,9419	0,01654	0,01756
1998	0,2370	0,3029	0,9212	0,01648	0,01789
1999	0,3246	0,3898	0,9614	0,03490	0,03630
2000	0,3334	0,4062	0,9582	0,03897	0,04067
2001	0,3677	0,4554	0,9502	0,05034	0,05298
TGC ¹	7,02% ^{**}	6,64% ^{**}	0,35% ^{ns}	17,50% ^{**}	17,19% ^{**}

Fonte: Dados da pesquisa.

¹ taxa geométrica de crescimento.

** significativo a 5%; ns = não-significativo.

Quanto à relação CR4/CR8, pode-se observar que as quatro maiores empresas, praticamente, dominam todo o faturamento obtido pelas oito maiores. Esta relação não apresentou tendência de crescimento no período, mantendo-se na média de 94,52%.

No que concerne aos índices de Herfindahl, H4 e H8, constata-se que, entre os anos de 1995 e 1997, eles apresentaram quedas em seus valores. No entanto, a partir de 1997, verifica-se tendência contínua e acentuada em seus valores, contribuindo para caracterizar o período de 1994-2001 pelo expressivo aumento na desigualdade entre as quatro e oito maiores empresas, às taxas de 17,5% e 17,9% ao ano, respectivamente.

Percebe-se que, de modo semelhante ao verificado no segmento de massas alimentícias, a desigualdade é maior entre as oito maiores empresas, comparativamente às quatro maiores. Contudo, a desigualdade entre as quatro e as oito maiores empresas do segmento de biscoitos e bolachas é nitidamente maior que a verificada no segmento de massas alimentícias.

Tanto o segmento de massas alimentícias quanto o de biscoitos e bolachas constituem-se de grande número de empresas, pulverizadas e regionalizadas, apresentando grande heterogeneidade entre si, seja pelo tamanho, seja pelo grau de capacitação tecnológica. O segmento de massas no Brasil era constituído, em 2001, por 802 empresas, grande parte localizada na Região Sudeste, das quais 61% eram de pequeno porte, 22% de médio porte e apenas 17% de grande porte (PINAZZA e ALIMANDRO, 2001). O segmento de biscoitos e bolachas, por sua vez, era constituído, naquele ano, por 533 empresas, das quais 40% estavam localizadas no Estado de São Paulo (SIMABESP, 2002).

A evolução nos indicadores de concentração nos dois segmentos evidencia que o segmento de massas alimentícias apresentou processo mais acelerado de concentração de mercado, comparativamente ao segmento de biscoitos e bolachas. Provavelmente, contribuiu para essa evidência o fato de o segmento de massas alimentícias conter número expressivamente maior de pequenas empresas em comparação ao segmento de biscoitos e bolachas.

Contudo, os dois segmentos encerraram o período com praticamente o mesmo nível de concentração.

Conclui-se que, no período 1995-2001, tanto o segmento de massas alimentícias quanto o de biscoitos e bolachas passaram por processo de concentração de mercado. De acordo com o critério de classificação proposto por Bain (1968), as estruturas destes dois segmentos passaram da denominação de baixa concentração em 1995 para uma concentração moderadamente baixa em 2001.

3.3. Estratégias competitivas

Com o fim do período de regulamentação e com a abertura comercial, diversas estratégias tornaram-se possíveis e necessárias à agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, em resposta à intensificação da concorrência.

No que se refere ao segmento de massas alimentícias, tem havido processo de segmentação de mercado¹⁰, conforme verificaram LAVINAS e MAGINA (1996), destacando-se o crescimento da produção de macarrão instantâneo e de trigo *durum*, além das massas mais sofisticadas, definidas não só pelo formato, mas também pelos ingredientes incorporados, como legumes (tomate, espinafre, cenoura e abóbora), que se caracterizam por possuírem maior valor agregado.

A busca pela qualidade dos produtos tem sido feita pela ABIMA (Associação Brasileira das Indústrias de Massas), por meio do Programa Selo de Garantia ABIMA, dentro dos preceitos da legislação vigente no país. A estratégia da ABIMA inclui, ainda, incremento do consumo, com campanha nacional em televisão e revistas, além de um *site* voltado ao público consumidor, sem

¹⁰ A segmentação de mercado é o processo que objetiva a determinação de diferenças significativas entre grupos de consumidores de um mercado, separando-os em subconjuntos ou mercados diferenciados, permitindo à empresa a identificação das necessidades de cada um deles, de forma que a adoção de pacotes de serviço possa ser customizada para cada segmento formado (KOTLER, 1992).

divulgação de marcas específicas, com o objetivo de apresentar atributos nutritivos, receitas e curiosidades sobre as massas (ABIMA, 2002).

Esse movimento tem sido acompanhado por aumento no volume de investimentos para o melhoramento tecnológico e a ampliação da capacidade instalada. Nos anos 90, o volume de investimentos em tecnologia, automação e produção chegou a cerca de R\$ 600 milhões (ALIMANDRO e PINAZZA, 2001). De 1994 a 1997 a capacidade produtiva aumentou 25%, e a produtividade do fator trabalho aumentou à taxa de 6,22% ao ano (RIBEIRO, 1998).

Se a segmentação de mercado revela-se como estratégia positiva para a competitividade do segmento de massas, por outro lado, cria maior dependência de trigo importado, principalmente do trigo *durum*, cuja farinha é utilizada na produção das massas de maior qualidade¹¹. Qualquer desvalorização da moeda nacional torna este insumo mais caro, aumentando os custos e deprimindo as margens com a segmentação. Por conseguinte, o processo de concentração revela-se favorável no momento em que permite obtenção de escala na produção daquelas massas, além de permitir obtenção de escala, também, na produção das massas tradicionais.

O segmento de biscoitos e bolachas, por sua vez, também tem realizado estratégia de segmentação, com diversificação de seus produtos, apoiada em modificações importantes no padrão de consumo, acrescentando à oferta de biscoitos tradicionais¹² produtos de qualidade diferenciada, destinados ao público de maior poder aquisitivo (LAVINAS e MAGINA, 1996).

A busca de qualidade e de novos nichos de mercado reflete investimentos contínuos em pesquisa e desenvolvimento de linhas de produtos saudáveis e de dietéticos para o consumidor adulto, bem como de diversificação de formatos e recheios com sabores alternativos, que agradam, principalmente, o consumidor infantil. Esses investimentos incluem, ainda, criação de embalagens

¹¹ Por ser a farinha o ingrediente básico da massa, a qualidade desta depende fundamentalmente da qualidade da farinha (LAVINAS e MAGINA, 1996).

¹² Entendem-se como populares os biscoitos secos doces (Maria, Maizena) e secos salgados (Cream Cracker, Água e Sal).

mais práticas e resistentes, que, além de atenderem a diferentes nichos de mercado, permitem maior vida útil nas prateleiras do varejo. No intuito de incrementar o consumo, este segmento tem investido em marketing e publicidade, destacando os valores nutritivos de seus produtos e incrementando as embalagens, com a criação freqüente de desenhos, imagens e atrações. A apresentação do produto influencia a decisão do consumidor e sugere qualidade (ALIMANDRO e PINAZZA, 2001).

De modo semelhante ao que vem ocorrendo no segmento de massas alimentícias, o segmento de biscoitos e bolachas tem investido na modernização tecnológica e capacidade produtiva. Apesar de não haver divulgação de dados quanto aos níveis de investimento neste segmento, a diversificação da produção sugere significativos volumes de investimentos, visto que, de acordo com Toledo e Batalha (1997), citados por AZEVEDO et al. (1998), para que sejam alterados elementos como textura, sabor e volume dos biscoitos, são necessários máquinas sofisticadas e conhecimentos especializados, dado o alto grau de manipulação de insumos químicos.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, o segmento de biscoitos e bolachas é o segundo maior responsável pela alavancagem dos negócios no mercado interno de máquinas para a indústria alimentícia, ficando atrás apenas do segmento de chocolates. Até metade de 2002 a demanda de encomendas de máquinas por parte do segmento de biscoitos e bolachas já era 16% maior que a do ano anterior, enquanto a demanda do segmento de chocolates cresceu 17% (PESQUISA..., 2002). Os investimentos em capacitação produtiva, nesse segmento, são evidenciados pelos números encontrados em RIBEIRO (1998), que mostram aumento na produtividade do fator trabalho de 7,06% ao ano, entre 1994 e 1997.

Uma estratégia comum aos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas tem sido a ocorrência de fusões e, ou, aquisições. Segundo Food Ingredients (PESQUISA..., 2002), por se constituírem de grande número de empresas, apresentando grande heterogeneidade entre si, esses segmentos são, atualmente, os maiores alvos de fusões e aquisições, como alternativa para

ampliação de mercado. Esse processo, portanto, tem contribuído para a concentração de mercado verificada nesses segmentos.

Outro movimento que se tornou comum aos dois segmentos a partir de meados dos anos 90 é a presença de alianças estratégicas entre empresas brasileiras e argentinas, como alternativa para empresas não-transnacionais explorarem os benefícios da expansão de mercado proporcionada pelo Mercosul. O modelo padrão de associação, conforme verificaram AZEVEDO et al. (1998), se dá entre uma empresa de biscoitos de um país e uma de massas do outro, com o objetivo de utilizar uma rede de distribuição já montada no país importador. Esse modelo - mais comum entre empresas brasileiras de biscoitos e empresas argentinas de massas - permite explorar economias de escala técnicas, obtidas com a concentração da produção em um só país, e economias de escopo na atividade de distribuição, obtidas pela venda conjunta de massas e biscoitos das duas empresas, utilizando a mesma rede de distribuição.

Em suma, o processo de concentração, os investimentos para capacitação tecnológica e produtiva e o processo de segmentação de mercado são as principais estratégias adotadas pelos segmentos em análise, em resposta às mudanças ocorridas no ambiente competitivo, principalmente no que se refere à queda das barreiras à entrada neste mercado após abertura comercial. Essas tendências definem o padrão de concorrência e os novos parâmetros de competitividade para as indústrias do segmento de segundo processamento, evidenciando o esforço destas no intuito de aumentarem a competitividade futura.

3.4. Desempenho competitivo

3.4.1. Segmento de massas alimentícias

No Quadro 7 pode-se visualizar a evolução de alguns indicadores do desempenho de mercado do segmento de massas alimentícias. No que se refere à produção, percebe-se que o segmento tem reagido ao aumento verificado na

quantidade demandada, visto que houve nítido e contínuo crescimento na quantidade produzida até o ano de 1999, em que atingiu seu valor máximo de 948 mil toneladas produzidas. A produção naquele ano, quando comparada à do ano de 1994, revela crescimento da ordem de 24,7%. A taxa geométrica de crescimento para o período 1994-2001 indicou tendência positiva da ordem de 2,70% ao ano, mesmo sob influência da retração verificada na produção nos dois últimos anos do período, em resposta à queda do consumo. O período encerrou com 935 mil toneladas produzidas em 2001, com queda de 1,37% em relação a 1999.

Quadro 7 - Indicadores de desempenho de mercado para o segmento de massas alimentícias

Ano	Produção (toneladas)	Exportação (toneladas)	Importação (toneladas)	Faturamento (R\$ milhões) ¹	Faturamento por tonelada (R\$) ¹
1990	-	814,84	1.446,27	-	-
1991	-	374,26	4.324,63	-	-
1992	-	323,67	5.545,55	-	-
1993	-	504,02	9.522,36	-	-
1994	760.000,00	790,78	12.255,37	2.140,67	2.816,67
1995	850.000,00	866,33	21.715,46	2.254,59	2.652,45
1996	860.000,00	1.692,45	22.502,98	2.503,13	2.910,61
1997	920.000,00	1.440,01	25.839,69	2.340,38	2.543,89
1998	929.000,00	1.430,90	28.465,34	2.326,09	2.503,87
1999	948.000,00	1.338,03	20.498,54	2.105,22	2.220,70
2000	936.000,00	1.546,22	16.306,14	1.859,97	1.987,15
2001	935.000,00	1.788,76	14.521,70	1.899,15	1.984,48
TGC ² (94/2001)	2,70%***	9,72%**	-0,51% ^{ns}	-2,73%*	-5,47%***

Fonte: ABIMA (2002) e DECEX (2002).

¹ valores reais (2001=100).

² Taxa geométrica de crescimento.

*** significativo a 1%; ** significativo a 5%; * significativo a 10%; ns = não-significativo.

O aumento na produção verificado entre 1994 e 1999, contudo, foi menor que o crescimento verificado no consumo. Esse fato pode ser evidenciado quando se observa o contínuo crescimento na quantidade importada, que atingiu seu valor máximo em 1998. A quantidade importada naquele ano foi de aproximadamente 28,5 mil toneladas, revelando crescimento de 132,3% em comparação ao ano de 1994 e representando cerca de nove vezes a quantidade importada em 1990. No entanto, a desvalorização cambial e a perda de poder aquisitivo, ocorridas a partir daquele ano, contribuíram para a contínua queda na quantidade importada. O período se encerrou com cerca de 14,5 mil toneladas importadas, em 2001, que corresponde a uma queda de aproximadamente 49% em relação ao ano de 1998. As oscilações verificadas nas importações não permitiram, portanto, verificar tendência significativa de crescimento no período 1994-2001, optando-se pela aceitação da taxa geométrica de crescimento igual a zero.

Quanto à quantidade exportada, observa-se que houve queda no triênio 1990-1992, seguida de contínuo crescimento até o ano de 1996, quando atingiu o valor de 1.692 toneladas exportadas. A partir deste ano, sofreu contínuo decréscimo até o ano de 1999, quando, então, voltou a crescer, atingindo a maior quantidade exportada do período, de cerca de 1.788 toneladas, em 2001. Apesar das oscilações verificadas, as exportações apresentaram tendência positiva de crescimento da ordem de 9,72% ao ano, no período 1994-2001.

Apesar de ser pouco significativo diante do consumo e da produção nacionais, é evidente o aumento das importações e das exportações de massas alimentícias, decorrente, em parte, da maior inserção do Brasil no mercado internacional. Essa inserção, contudo, tem ocorrido com o país se apresentando como importador líquido de massas alimentícias. Assim, torna-se oportuno expor algumas características do comércio exterior deste segmento para sua melhor compreensão.

No que se refere aos países que exportam massas para o Brasil, a Itália e a Argentina são os fornecedores majoritários (ABIMA, 2002). O contínuo aumento das importações ocorrido até o ano de 1998 fundamenta-se em uma

série de empreendimentos de empresas nacionais ou estrangeiras voltados à importação e distribuição desses produtos, conforme observaram AZEVEDO et al. (1998). Parte considerável das importações de massas italianas é feita por empresas sediadas nos dois países. A outra parte das importações é feita por importadoras, que trabalham, sobretudo, com o mercado institucional privado, constituído por restaurantes, franquias e empresas aéreas. Esses produtos, caracterizados por serem mais elaborados, sofisticados e diferenciados, representam menos de 10% do consumo interno¹³. Assim, por motivos de escala, poucas empresas possuem condições de produzir internamente esses produtos aos preços próximos do produto importado.

As importações destinam-se, portanto, a um mercado de renda mais alta, não concorrendo nos segmentos em que a indústria nacional mostra-se mais competitiva. No entanto, havendo expansão deste mercado, a produção interna pode se tornar viável. O fato que corrobora essa afirmativa é que alguns produtos não tradicionalmente consumidos no Brasil, mas que vêm ganhando participação no mercado¹⁴, como as massas de trigo *durum*, de qualidade superior, largamente consumidas na Itália e Argentina, estão sendo produzidos pelo segmento nacional, permitindo substituir o produto importado e até incluí-lo em sua pauta de exportação. Esse tipo de massa é vendido, em média, a preços 40% superiores aos das massas tradicionais (ABIMA, 2002). Portanto, se não se pode concluir que este segmento é competitivo no mercado institucional, que demanda massas mais sofisticadas, por outro lado, tal constatação sugere competitividade deste segmento nos mercados de demanda final, em que se inserem as massas secas e as massas instantâneas.

Outro movimento que se tornou comum a partir de meados dos anos 90, conforme já comentado, é a presença de alianças estratégicas entre empresas brasileiras e argentinas como alternativa para empresas não-transnacionais

¹³ A despeito da mudança no perfil de consumo, ainda predomina, no Brasil, o consumo de massas com sêmola, com ovos e as massas comuns, responsáveis por mais de 90% do total (ABIMA, 2002).

¹⁴ Essas massas representavam 1% do total das massas no varejo e, em 2001, passaram a representar 4% (ABIMA, 2002).

explorarem os benefícios da expansão de mercado proporcionados pelo Mercosul. Neste caso, a estabilização econômica, associada à valorização do câmbio, tornou viável o escoamento das massas argentinas para o Brasil, contribuindo para os aumentos verificados nas importações brasileiras. No entanto, a reversão desse quadro macroeconômico, a partir do início de 1999, parece ter contribuído também para a reversão do fluxo desse comércio, haja vista a contínua queda na quantidade importada a partir daquele ano.

Uma evidência importante sugere ganho de competitividade do segmento nacional. Segundo dados da ABIMA (2002), o Brasil exporta massas alimentícias, quase que em sua totalidade, para o Uruguai e o Paraguai. A Argentina, por sua vez, é um grande produtor; além de exportar massas também para esses países, exporta para o Brasil. O fato de as exportações brasileiras para aqueles países terem crescido mesmo após a sobrevalorização da moeda, em 1994, mostra que o segmento tem se caracterizado como competitivo naqueles mercados, conseguindo competir com as massas argentinas.

O Quadro 7 permite, ainda, visualizar a evolução do faturamento e do faturamento por tonelada produzida no segmento de massas alimentícias, deflacionados pelo IGP-DI para o ano de 2001. Percebe-se que o aumento do poder aquisitivo e o aquecimento na demanda permitiram que houvesse, no primeiro triênio do período, contínuo aumento no faturamento, que atingiu seu maior valor, da ordem de R\$ 2,5 bilhões, em 1996¹⁵. No entanto, a partir deste ano, houve queda contínua no faturamento até o ano de 2000, em que seu valor atingiu o mínimo do período - aproximadamente R\$1,86 bilhão. Apesar das oscilações verificadas, o faturamento apresentou tendência significativa e negativa de crescimento, da ordem de 2,73% ao ano, no período 1994-2001.

Observa-se que a queda no faturamento, a partir de 1996, se deu paralelamente aos aumentos na produção. De fato, a concorrência interna e os aumentos na quantidade importada forçaram o segmento a reduzir seus preços,

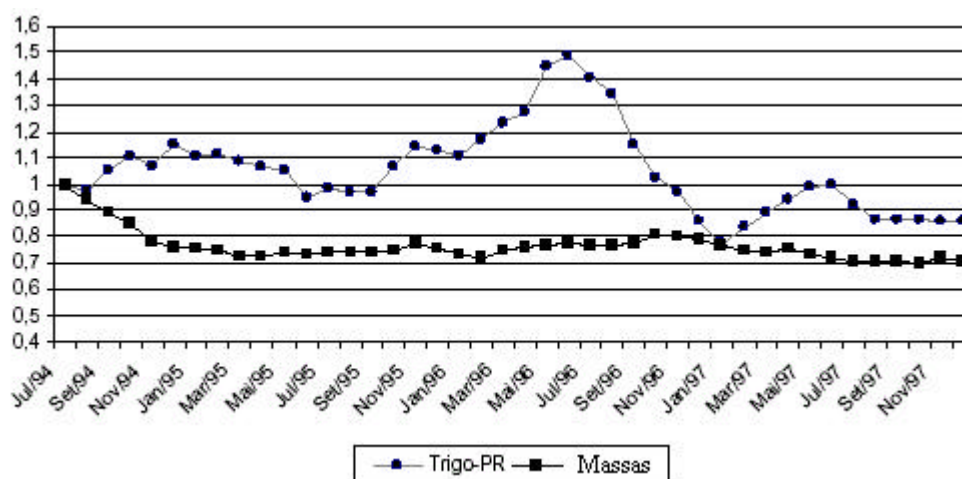
¹⁵ O valor relativamente alto do faturamento por tonelada produzida, verificado em 1996, é explicado pela forte elevação dos preços do trigo ocorrida neste ano, obrigando o segmento a transferir parte deste custo ao consumidor. A partir do ano seguinte, os preços do grão voltaram a cair, permitindo redução no preço médio das massas (Figura 5).

conforme será verificado mais adiante, trazendo reflexos sobre o faturamento e sobre o faturamento por tonelada produzida. Pode-se observar pelo Quadro 7 que, excluindo o ano de 1996, o faturamento por tonelada apresentou tendência contínua de queda, atingindo o mínimo de R\$1,98 mil por tonelada em 2001, e taxa geométrica de crescimento significativa e negativa, da ordem de 5,47% ao ano, para o período 1994-2001. Observa-se, portanto, que o faturamento por tonelada produzida apresentou tendência de queda maior que o faturamento total, corroborando a tendência de queda nos preços das massas alimentícias, em geral.

Esse ambiente, portanto, justifica o processo de concentração, os investimentos em tecnologia e automação e o processo de segmentação de mercado como estratégias que interagem para garantirem a sobrevivência na competição via preços.

O ano de 2001 apresentou pequena recuperação no faturamento, como resultado de três fatores que interagem: a) aumento nas exportações, que, dada a desvalorização cambial, possibilitou maior remuneração, em reais por tonelada exportada; b) aumento na participação dos produtos de maior valor agregado no total exportado, devido ao maior poder de compra dos importadores; e c) a maior desvalorização cambial e o aumento da cotação do trigo no mercado internacional ocorridos naquele ano obrigaram o segmento a transferir parte dos custos aos preços dos produtos.

No que se refere aos preços, pode-se observar na Figura 5 que, entre julho de 1994 e janeiro de 1998, as massas alimentícias apresentaram tendência de queda nos seus preços, chegando à redução acumulada de 30%, em termos reais. O comportamento do preço do trigo em grão indica que essa queda não foi decorrente de queda no preço da matéria-prima; ao contrário, houve, no primeiro semestre de 1996, forte elevação dos preços do trigo, a qual não se traduziu em elevação do preço das massas. Apesar de a Figura 5 não contemplar a evolução dos preços para os anos de 2000 e 2001, o fato de estes anos terem apresentado redução no consumo das massas, em geral, permite inferir que os preços tenham apresentado comportamento semelhante naqueles anos.



Fonte: AZEVEDO et al. (1998).

Figura 5 - Índices reais de preços: trigo e massas alimentícias (IPC-FIPE).

A segmentação de mercado revela-se, assim, não só como estratégia que permite aumentar o faturamento em momentos de aumento da renda, como também evita maiores quedas neste quando da ocorrência de perturbações macroeconômicas que resultem em queda do consumo. Dados da ABIMA (2002) mostram que, entre 1999 e 2001, a redução verificada no consumo de massas foi acompanhada da redução de todas as variedades de massas, com exceção das massas comuns, de menor valor agregado, e das massas instantâneas, de maior valor, que apresentaram aumento no consumo.

É interessante notar que os preços continuaram em queda mesmo após a implementação do Plano Real, que permitiu incrementos significativos no consumo. Este fato evidencia a existência de capacidade ociosa neste segmento¹⁶, de modo que os aumentos no consumo não implicaram aumentos nos preços. Ademais, a estabilização econômica beneficiou as empresas deste segmento, na medida em que permitiu melhor controle dos seus custos e melhor planejamento dos seus negócios, podendo refletir no comportamento dos preços reais. Outro

¹⁶ Este segmento trabalha com capacidade ociosa em torno de 35%, decorrente do seu processo de reestruturação e de investimentos, que procuram antecipar o crescimento da demanda (AZEVEDO et al., 1998).

fator não menos importante é a intensificação da concorrência após a abertura comercial, que evidenciou a queda das barreiras à entrada no mercado nacional, contribuindo para as reduções nos preços das massas alimentícias.

O Quadro 8 mostra os coeficientes de correlação obtidos entre os índices de concentração do segmento de massas alimentícias e seus indicadores de desempenho. Nota-se que os índices de concentração CR4, CR8, H4 e H8 apresentam relação positiva fraca com o indicador de produção, relação positiva moderada com o indicador de exportação e relação negativa forte com os indicadores de importação, faturamento e faturamento por tonelada.

Quadro 8 - Coeficientes de correlação entre os índices de concentração e os indicadores de desempenho de mercado para o segmento de massas alimentícias

	CR4	CR8	H4	H8
Produção	0,46020 ^{ns}	0,33640 ^{ns}	0,36429 ^{ns}	0,31802 ^{ns}
Exportação	0,65880 ^{**}	0,62955 ^{**}	0,58587 ^{**}	0,56070 [*]
Importação	-0,74520 ^{***}	-0,77950 ^{***}	-0,71631 ^{**}	-0,73097 ^{**}
Faturamento	-0,72002 ^{**}	-0,69237 ^{**}	-0,65674 ^{**}	-0,65390 ^{**}
Faturamento/t	-0,69706 ^{**}	-0,63512 ^{**}	-0,61847 ^{**}	-0,60116 ^{**}

Fonte: Dados da pesquisa.

*** significativo a 1%; ** significativo a 5%; * significativo a 10%; ns = não-significativo.

Percebe-se que a relação entre os índices de concentração e o indicador de produção apresentou-se não-significativa a 10%, ou seja, não há relação estatisticamente significativa entre os índices de concentração e o indicador de produção. Esse fato pode ser explicado por ter havido, nos dois últimos anos do período, crescimento expressivo na concentração acompanhado de retração na produção total do segmento. Essa constatação sugere que a retração no consumo

provocou queda nas vendas das empresas menores, enquanto as maiores mantiveram ou ampliaram suas vendas.

Os índices de concentração apresentaram, ainda, relação positiva moderada com o indicador de exportação e relação negativa forte com o indicador de importação, mostrando que a concentração de mercado apresenta relação direta com as exportações e relação inversa com as importações. Certamente, a desvalorização cambial contribuiu para o aumento das exportações e a diminuição das importações. No entanto, vale lembrar que, na segunda metade da década de 90, o segmento nacional exportou, em média, o dobro da quantidade exportada na primeira metade daquela década, permitindo associar os aumentos da concentração à melhoria na competitividade deste segmento.

Ainda, no Quadro 8, os índices de concentração mostram relação forte e inversa com os indicadores de faturamento e faturamento por tonelada, explicada pela redução verificada nestes indicadores no período. Observa-se, portanto, que, enquanto o segmento como um todo apresentou tendência de queda no seu faturamento, as maiores empresas apresentaram tendência de aumento no faturamento, conforme refletida na evolução dos seus índices de concentração.

Esse fato sugere a existência de diferenciação dos produtos oferecidos pelas grandes empresas, bem como a fidelidade do consumidor em geral a esses produtos, seja pela adoção de estratégias de propaganda, qualidade, entre outras. Diante dessa afirmativa, as empresas menores apresentam-se em situação desfavorável; caso a retração no consumo se mantenha por tempo prolongado, cria condições para descapitalização destas empresas e incentiva o processo de concentração do mercado, seja pela saída das empresas menores, seja por aquisições e, ou, fusões entre empresas.

N Quadro 9 visualiza-se a evolução de alguns indicadores médios do desempenho das oito maiores empresas do segmento de massas alimentícias. A despeito de ter havido aumento no faturamento das maiores empresas, percebe-se tendência de queda contínua e acentuada nos indicadores de rentabilidade das vendas (L/F) e do capital investido (L/A). As taxas geométricas de crescimento

para esses indicadores revelam quedas expressivas de 29,86% e 19,76% ao ano, respectivamente.

Quadro 9 - Indicadores médios do desempenho das oito maiores empresas do segmento de massas alimentícias

Ano	L/F	L/A	F/A	P/A	E.G.	L	C/F	D/F
1995	4,95	8,18	189,04	54,39	47,83	117,73	72,15	22,74
1996	3,23	5,63	183,51	51,93	45,54	126,55	71,46	21,69
1997	2,73	1,68	174,65	52,31	43,43	101,08	73,03	24,59
1998	1,51	4,21	173,61	51,56	46,38	106,37	72,20	22,48
1999	1,77	2,96	169,99	53,30	50,50	111,10	72,22	21,56
2000	0,68	2,38	159,64	58,10	49,11	197,18	72,11	22,61
2001	0,59	1,54	178,92	51,08	56,99	202,44	72,81	20,71
TGC ¹	-29,86 ^{***}	-19,76 ^{**}	-1,67 [*]	0,20 ^{ns}	3,00 [*]	9,76 [*]	0,12 ^{ns}	-1,17 ^{ns}

Fonte: Dados da pesquisa.

¹ taxa geométrica de crescimento.

*** significativo a 1%; ** significativo a 5%; * significativo a 10%; ns = não-significativo.

A tendência de queda na lucratividade observada por meio desses dois indicadores poderia levar a conclusões equivocadas, caso eles não fossem analisados paralelamente a outros indicadores. Assim, é feita a seguir a análise dos demais indicadores, que, juntamente com os mencionados anteriormente, permitiram que se chegasse a uma conclusão mais precisa acerca do desempenho econômico-financeiro deste segmento.

Quanto ao indicador faturamento líquido sobre o ativo total (F/A), percebe-se que houve queda contínua em todo o período, com exceção de 2001, que apresentou crescimento significativo no seu valor. A taxa geométrica de crescimento para este indicador foi de queda de 1,67% ao ano, no período. Tal tendência resulta do aumento mais que proporcional dos recursos aplicados

(ativo), comparativamente ao aumento do faturamento, sugerindo que há tendência de essas empresas continuarem seguindo a estratégia de crescimento.

O comportamento do indicador de capacidade instalada, ou seja, da relação entre o ativo permanente e o ativo total (P/A), não revelou tendência de crescimento, apresentando taxa geométrica de crescimento estatisticamente igual a zero no período. Por conseguinte, pode-se dizer que a capacidade instalada tem crescido na mesma proporção que o crescimento dos recursos totais aplicados na atividade, evidenciando a tendência dessas empresas em continuarem com a estratégia de crescimento.

Quanto à evolução do indicador de endividamento geral (E.G.), apesar das oscilações verificadas no período, seu valor apresentou tendência de crescimento à taxa geométrica de 3,00% ao ano. Esse fato sugere que o contínuo aumento verificado nos investimentos tem sido financiado, preferencialmente, via aumento da participação do capital de terceiros.

Essa situação não se revela arriscada, uma vez que a capacidade média de pagamento das dívidas, tanto a curto como a longo prazo, tem apresentado tendência de crescimento desde 1997, conforme Quadro 9. Essa tendência é verificada pelo aumento no valor do indicador de liquidez geral (L), à taxa geométrica de crescimento de 9,76% ao ano. O ano de 2001 apresentou o valor mais alto na liquidez média das maiores empresas, da ordem de 202,44%, indicando que, para cada unidade monetária de débito total, havia, em média, 2,02 unidades monetárias de ativos circulante e realizável a longo prazo. Pode-se dizer que, dada a estabilização do consumo verificada nos dois últimos anos do período, as maiores empresas optaram por reduzir o crescimento da capacidade produtiva, aumentando a participação do capital de giro nos ativos totais, que, concomitantemente ao aumento mais que proporcional no faturamento, permitiu que houvesse aumento substancial na liquidez.

No que se refere à evolução dos indicadores de custo e despesa, respectivamente representados pelas relações de custo de produção sobre faturamento líquido (C/F) e despesas operacionais sobre faturamento líquido (D/F), percebe-se que eles permaneceram estáveis no período, com ambas as

taxas geométricas de crescimento estatisticamente iguais a zero. Por conseguinte, os custos de produção e as despesas operacionais gerais têm crescido na mesma proporção das vendas.

A estabilidade dos índices C/F e D/F revela-se como fato curioso. A despeito dos ganhos potenciais na produtividade advindos do crescimento das empresas, o processo de melhoria na qualidade, de agregação de valor e de diferenciação dos produtos implica mudança na estrutura de custos das empresas, com aumentos nos custos médios. Esta pode ser uma explicação plausível para a estabilidade do índice C/F, ou seja, o aumento nos custos provenientes de melhoria na qualidade, agregação de valor e diferenciação dos produtos implicou aumento do custo médio na mesma proporção do aumento no faturamento. Considerando que a diferença entre o número um (1) absoluto e o índice C/F representa o lucro bruto, verifica-se que as maiores empresas têm mantido estável a margem bruta das vendas.

A estabilidade do indicador D/F revela que as despesas oriundas da promoção, da distribuição e da venda dos produtos, bem como as despesas de administração dos negócios, têm crescido na mesma proporção do aumento das vendas. De fato, o aumento no tamanho das empresas e o esforço de colocar seus produtos no mercado requerem aumentos nas despesas operacionais. No entanto, verificou-se que estas mantiveram-se equilibradas no período.

3.4.2. Segmento de biscoitos e bolachas

O Quadro 10 permite visualizar a evolução de alguns indicadores do desempenho de mercado do segmento de biscoitos e bolachas. No que se refere à produção, percebe-se que o segmento tem reagido ao aumento verificado na quantidade demandada, visto que houve nítido e contínuo crescimento na quantidade produzida até o ano de 1999, em que atingiu seu valor máximo -de 1.089 mil toneladas produzidas. A produção neste ano, quando comparada à do ano de 1994, revela crescimento da ordem de 44,2%. Entretanto, a partir daquele ano, a produção sofreu leve retração, se ajustando à queda do consumo e

encerrando o período com 1,001 mil toneladas produzida, em 2001. A taxa geométrica de crescimento para o período 1994-2001 indicou tendência positiva da produção da ordem de 3,97% ao ano, mesmo sob influência da retração verificada na produção nos dois últimos anos do período, em resposta à queda do consumo.

Quadro 10 - Indicadores de desempenho de mercado para o segmento de biscoitos e bolachas

Ano	Produção (toneladas)	Exportação (toneladas)	Importação (toneladas)	Faturamento (R\$milhões) ¹	Faturamento por tonelada (R\$) ¹
1990	-	816,86	968,61	-	-
1991	-	1.595,41	1.864,01	-	-
1992	-	3.265,97	1.790,71	-	-
1993	-	4.061,09	1.583,84	-	-
1994	760.000,00	5.340,61	2.893,21	2.459,85	3.258,08
1995	850.000,00	7.249,64	8.975,02	3.175,89	3.736,34
1996	952.000,00	9.286,03	16.010,05	3.405,49	3.577,19
1997	1.003.000,00	9.782,88	10.370,89	3.486,48	3.476,06
1998	1.068.000,00	10.136,47	10.358,13	3.990,95	3.736,85
1999	1.089.000,00	15.036,80	3.165,13	3.394,25	3.116,85
2000	1.012.000,00	23.585,92	2.135,77	3.131,96	3.094,82
2001	1.001.000,00	30.733,95	2.239,06	3.393,00	3.389,61
TGC ² (94-2001)	3,97% *	26,33% ***	-15,19% ^{ns}	2,78% ^{ns}	-1,19% ^{ns}

Fonte: SIMABESP (2002) e DECEX (2002).

¹ valores reais (2001=100).

² taxa geométrica de crescimento.

*** significativo a 1%; * significativo a 10%; ns = não-significativo.

O aumento na produção verificado entre 1994 e 1999, contudo, foi menor que o crescimento verificado no consumo, de 82,1%. Parte desse consumo foi atendida, portanto, pelas importações, que apresentaram tendência contínua de crescimento, com um salto significativo a partir do Plano Real, chegando ao seu patamar mais alto em 1996, com 16 mil toneladas importadas. A quantidade

importada neste ano representou cerca de 5,5 vezes a quantidade importada em 1994 e 16,5 vezes a quantidade importada em 1990. A partir de 1997, no entanto, a quantidade importada sofreu reduções contínuas, com queda acentuada no seu valor após a desvalorização cambial, em 1998, encerrando o período com cerca de 2,2 mil toneladas importadas, em 2001. As oscilações observadas nas importações não permitiram, portanto, verificar tendência significativa de crescimento no período 1994-2001, optando-se pela aceitação de taxa geométrica de crescimento igual a zero.

Quanto à quantidade exportada, observa-se que seu crescimento foi contínuo desde 1990. Mesmo após a valorização cambial ocorrida entre meados de 1994 e final de 1998, as exportações mantiveram-se em crescimento contínuo, revelando a aceitabilidade do produto nacional pelo mercado externo. Considerando a evolução das exportações em três períodos distintos (1990 a 1994, 1994 a 1997 e 1998 a 2001), verifica-se que as exportações cresceram, respectivamente, 553,8%, 89,8% e 203,2%. Em se tratando do período 1994-2001, as exportações cresceram à taxa geométrica de crescimento de 26,33% ao ano.

O Quadro 10 evidencia ainda que, no período de 1995 a 1998, o Brasil foi importador líquido de biscoitos e bolachas. De fato, conforme verificaram AZEVEDO et al. (1998), o aumento no poder de compra da população e a defasagem cambial permitiram a importação de biscoitos (sejam os mais elaborados e de melhor qualidade ou, simplesmente, os distintos dos produzidos pelo segmento nacional) a preços relativamente menores. No entanto, o aumento contínuo da quantidade exportada e a queda na quantidade importada, iniciada antes mesmo da desvalorização cambial, concomitantemente aos aumentos verificados na produção e no consumo nacionais, sugerem que o segmento de biscoitos e bolachas tem se adaptado às novas condições de mercado, revelando-se capaz de atender aos novos padrões de consumo e colocando o Brasil na condição de exportador líquido.

Não obstante o comportamento verificado nas importações e nas exportações de biscoitos e bolachas, estas deverão coexistir. Tal afirmativa

baseia-se nas características dos produtos e na existência de alianças estratégicas entre as empresas brasileiras e as argentinas. Segundo AZEVEDO et al. (1998), grande parte das importações brasileiras é proveniente da Itália, Dinamarca e Portugal, caracterizando-se por possuir qualidade diferenciada, atendendo a um nicho (ou segmento) de mercado de mais alta renda e menos sensível a variações nos preços. A principal dificuldade imposta ao segmento nacional é a escala de consumo desses produtos, que inviabiliza a produção interna e a concorrência com os produtos europeus.

O Quadro 10 permite, ainda, visualizar a evolução do faturamento e do faturamento por tonelada produzida no segmento de biscoitos e bolachas, deflacionados pelo IGP-DI para o ano de 2001. Percebe-se que o aumento do poder aquisitivo e o aquecimento na demanda permitiram que houvesse contínuo aumento no faturamento até o ano de 1998, em que atingiu seu maior valor - aproximadamente R\$ 3.991 milhões. A partir deste ano houve queda contínua no faturamento, até o ano de 2000, em que seu valor ficou em torno de R\$ 3.132 milhões.

Entretanto, no ano de 2001, o significativo aumento verificado nas exportações, concomitantemente à desvalorização cambial, possibilitou maior remuneração por tonelada exportada, contribuindo, em parte, para a recuperação do faturamento. A exportação, portanto, revela-se como fator tão importante quanto a segmentação de mercado, uma vez que seu crescimento faz com que a dinâmica deste segmento não fique atrelada exclusivamente ao consumo interno, permitindo, assim, evitar maior instabilidade no faturamento. Vale lembrar que, a exemplo do que ocorreu no segmento de massas alimentícias, a maior desvalorização cambial e o aumento da cotação do trigo no mercado internacional, ocorridos naquele ano, obrigaram o segmento a transferir parte dos custos aos preços dos produtos.

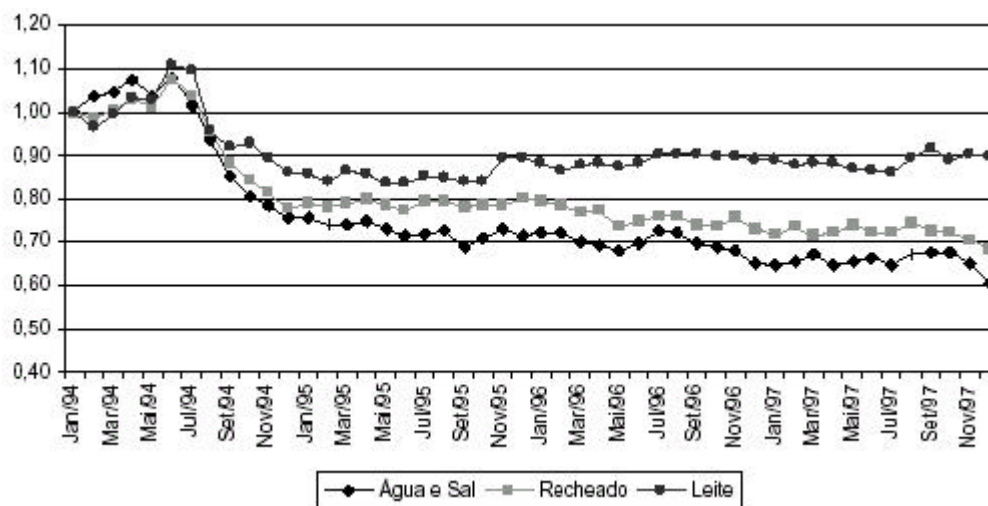
Observa-se que, no período de maior estabilidade econômica (1994-1998), os aumentos no faturamento ocorreram paralelamente aos aumentos verificados na produção, apesar de o faturamento por tonelada produzida ter apresentado comportamento instável. O aumento no faturamento pode ser

explicado não só pelo aumento no consumo, mas pela maior participação de produtos de maior valor agregado. Essa afirmação baseia-se no fato de não ter havido aumento de preços naquele período, conforme será verificado mais adiante. Por conseguinte, pode-se afirmar que a redução no consumo, verificada a partir de 1999, contribuiu para a queda no faturamento nos anos de 1999 e 2000. No entanto, o aumento significativo nas exportações permitiu a recuperação do faturamento, verificada em 2001. As oscilações no faturamento observadas no último triênio do período não permitiram, portanto, constatar tendência significativa de crescimento no período 1994-2001, optando-se, estatisticamente, pela aceitação de taxa geométrica de crescimento igual a zero.

Quanto ao faturamento por tonelada produzida, este apresentou comportamento instável, com variações ora positivas, ora negativas, para todo o período analisado, optando-se, estatisticamente, pela aceitação de taxa geométrica de crescimento igual a zero. Essas variações possuem, basicamente, duas causas, que podem atuar isoladamente ou em conjunto. Primeiramente, para cada ano, houve variações nas participações relativas entre o consumo interno dos produtos mais populares e o dos mais sofisticados. Esse fato é confirmado quando se verifica que, no período de estabilização, houve aumentos no consumo e na exportação concomitantemente com reduções nos preços.

Como segunda causa, os aumentos na quantidade exportada não se traduzem em aumentos, na mesma proporção, no faturamento, por apresentarem preços médios abaixo dos preços praticados no mercado interno. Conforme observaram AZEVEDO et al. (1998), seja por motivo das alianças entre empresas brasileiras e empresas argentinas, seja pela existência de empresas sediadas nos dois países, os preços de exportação (e importação) são menores, por razões estratégicas ou tributárias.

No que se refere aos preços, pode-se observar na Figura 6 que, entre julho de 1994 e janeiro de 1998, os biscoitos mais populares (água e sal/maisena) e os recheados apresentaram redução nos seus preços da ordem de 43,0% e 34,6%, respectivamente, enquanto os biscoitos ao leite (mais sofisticados) tiveram queda de 16,0% nos preços.



Fonte: AZEVEDO et al. (1998).

Figura 6 - Índices reais de preços: biscoitos (IPC-FIPE).

É interessante notar que, de modo semelhante ao verificado no segmento de massas, os preços dos biscoitos apresentaram-se em queda mesmo após a implementação do Plano Real, que permitiu incrementos significativos no consumo. Esse fato sugere a existência de capacidade ociosa, também, neste segmento, bem como reflete a intensificação da concorrência, de modo que os aumentos no consumo não implicaram aumentos nos preços.

A Figura 6 permite visualizar, ainda, que, a partir de 1996, enquanto os preços dos biscoitos água e sal e recheados continuaram apresentando tendência de queda, os preços dos biscoitos ao leite se estabilizaram, evidenciando a diferenciação destes, aos olhos do consumidor. Apesar de a Figura 6 não contemplar a evolução dos preços para os anos de 1999, 2000 e 2001, o fato de estes anos terem apresentado redução no consumo de biscoitos permite inferir que os preços tenham apresentado comportamento semelhante nesse período.

O Quadro 11 mostra os coeficientes de correlação obtidos entre os índices de concentração do segmento de biscoitos e bolachas e seus indicadores de desempenho de mercado. Nota-se que os índices de concentração CR4, CR8, H4 e H8 apresentam relação positiva fraca com o indicador de produção, relação

positiva forte com o indicador de exportação e relação negativa forte com os indicadores de importação, faturamento e faturamento por tonelada.

Quadro 11 - Coeficiente de correlação entre os índices de concentração e os indicadores de desempenho de mercado para o segmento de biscoitos e bolachas

	CR4	CR8	H4	H8
Produção	0,22241 ^{ns}	0,22244 ^{ns}	0,20671 ^{ns}	0,20737 ^{ns}
Exportação	0,89121 ^{***}	0,91894 ^{***}	0,93281 ^{***}	0,93692 ^{***}
Importação	-0,91202 ^{***}	-0,88981 ^{***}	-0,87030 ^{***}	-0,86473 ^{***}
Faturamento	-0,70317 ^{**}	-0,76416 ^{***}	-0,79302 ^{***}	-0,79130 ^{***}
Faturamento/t	-0,90471 ^{***}	-0,90877 ^{***}	-0,92652 ^{***}	-0,92597 ^{***}

Fonte: Dados da pesquisa.

*** significativo a 1%; ** significativo a 5%; * significativo a 10%; ns = não-significativo.

Percebe-se que a relação entre os índices de concentração e o indicador de produção apresentou-se não-significativa a 10%, ou seja, não há relação estatisticamente significativa entre os índices de concentração e o indicador de produção. De modo semelhante ao verificado no segmento de massas alimentícias, esse fato pode ser explicado por ter havido, nos dois últimos anos do período, crescimento expressivo na concentração acompanhado de retração na produção total do segmento. Essa constatação sugere que a retração no consumo implicou queda nas vendas das empresas menores, enquanto as maiores mantiveram ou ampliaram suas vendas.

Os índices de concentração apresentaram, ainda, relação positiva forte com o indicador de exportações e relação negativa forte com o indicador de importação, mostrando que a concentração de mercado apresenta relação direta com as exportações e inversa com as importações. Pode-se afirmar que a

desvalorização cambial contribuiu apenas em parte para o aumento das exportações e a diminuição das importações, visto que as exportações cresceram continuamente desde 1990 e as importações começaram a diminuir a partir de 1996, permitindo afirmar que tem havido melhora de competitividade associada ao aumento na concentração de mercado.

Ainda, no Quadro 11, os índices de concentração mostram relação forte e inversa com os indicadores de faturamento e faturamento por tonelada, explicada pela redução verificada nestes indicadores no período. Observa-se, portanto, que, enquanto o segmento como um todo apresentou tendência de queda no seu faturamento, as maiores empresas mostraram tendência de aumento no faturamento, conforme refletido na evolução dos seus índices de concentração.

Esse fato sugere a existência de diferenciação dos produtos oferecidos pelas grandes empresas, bem como a fidelidade do consumidor em geral a esses produtos, em virtude da adoção de estratégias de propaganda, qualidade, entre outras. Diante dessa afirmativa, as empresas menores apresentam-se em situação desfavorável; caso a retração no consumo se mantenha por tempo prolongado, cria condições para descapitalização destas empresas e incentiva o processo de concentração do mercado, seja pela saída das empresas menores, seja por aquisições e, ou, fusões entre empresas.

O Quadro 12 permite visualizar a evolução de alguns indicadores médios do desempenho das oito maiores empresas do segmento de biscoitos e bolachas. Apesar de ter havido aumento no faturamento das maiores empresas, percebe-se tendência de queda nos indicadores de rentabilidade das vendas (L/F) e do capital investido (L/A). As taxas geométricas de crescimento para esses indicadores revelam quedas de 16,03% e 23,48% ao ano, respectivamente, e tal comportamento é mais bem compreendido após a análise dos demais indicadores, conforme visto a seguir.

Quadro 12 - Indicadores médios do desempenho das oito maiores empresas do segmento de biscoitos e bolachas

Ano	L/F	L/A	F/A	P/A	E.G.	L	C/F	D/F
1995	13,94	11,13	146,71	48,72	37,53	250,15	68,79	24,45
1996	11,79	22,99	166,39	46,23	34,37	284,94	64,42	29,08
1997	9,75	8,50	144,93	50,09	32,93	232,92	60,10	27,33
1998	10,42	8,25	148,06	51,41	35,68	255,99	65,87	30,55
1999	5,65	4,14	132,61	49,31	41,47	185,21	64,39	28,92
2000	6,50	3,87	126,50	50,47	43,11	182,90	60,87	29,72
2001	4,86	2,61	115,68	52,01	44,69	189,47	69,26	28,51
TGC ¹	-16,03 ^{***}	-23,48 ^{***}	-4,71 ^{***}	1,28 [*]	4,41 ^{**}	-6,73 ^{***}	-0,09 ^{ns}	-2,02 ^{ns}

Fonte: Dados da pesquisa.

¹ taxa geométrica de crescimento.

*** significativo a 1%; ** significativo a 5%; * significativo a 10%; ns = não-significativo.

Quanto ao indicador faturamento líquido sobre o ativo total (F/A), percebe-se que, apesar das oscilações ocorridas no início do período, houve, a partir de 1998, queda contínua e acentuada no seu valor, apresentando o menor valor do período em 2001, da ordem de 115,68%. A taxa geométrica de crescimento para este indicador foi de queda de 4,71% ao ano, no período. De modo semelhante ao verificado no segmento de massas alimentícias, essa tendência resulta do aumento mais que proporcional dos recursos aplicados, comparativamente ao aumento do faturamento, sugerindo que há tendência de essas empresas continuarem seguindo a estratégia de crescimento.

O comportamento do indicador de capacidade instalada (P/A) revelou tendência de crescimento, no período, à taxa geométrica de 1,28% ao ano. Por conseguinte, evidencia-se que a capacidade instalada tem crescido mais que proporcionalmente ao crescimento dos recursos totais aplicados na atividade, corroborando a afirmativa de que as maiores empresas do segmento de biscoitos e bolachas continuarão seguindo a estratégia de crescimento.

Quanto à evolução do indicador de endividamento geral (E.G.), apesar de o seu valor ter caído no primeiro triênio do período, ele apresentou tendência contínua de crescimento a partir de 1997, contribuindo para o valor da taxa geométrica de crescimento de 3,00% ao ano, para todo o período. Esse fato evidencia que o contínuo aumento verificado nos investimentos tem sido financiado, preferencialmente, via aumento da participação do capital de terceiros.

O aumento do endividamento tem sido acompanhado pela tendência de queda da capacidade média de pagamento das dívidas, tanto a curto como a longo prazo. Percebe-se, pelo Quadro 12, que, apesar das oscilações verificadas, o valor do indicador de liquidez geral (L) caiu à taxa geométrica de crescimento de 6,73% ao ano.

Quanto à evolução dos indicadores de custo e despesa (C/F e D/F), percebe-se que eles permaneceram estáveis, com ambas as taxas geométricas de crescimento estatisticamente iguais a zero no período. Por conseguinte, os custos de produção e as despesas operacionais gerais têm crescido na mesma proporção das vendas. A explicação provável para esse comportamento é a mesma observada para o segmento de massas alimentícias: mudança na estrutura de custos resultante do processo de melhoria na qualidade, de agregação de valor e de diferenciação dos produtos, bem como aumento nas despesas de administração e de vendas inerentes à empresa que opta pelo crescimento.

Analisando comparativamente a situação econômico-financeira das maiores empresas nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, percebe-se comportamento semelhante entre os dois grupos. Diante de um ambiente de maior concorrência, ambos optaram pelo crescimento em detrimento da rentabilidade.

O grupo pertencente ao segmento de massas alimentícias apresenta menor taxa de rentabilidade quando comparado ao grupo do segmento de biscoitos e bolachas. Portanto, sua rentabilidade tem se aproximado mais rapidamente de uma situação nula, ou rentabilidade zero, levando este grupo a

optar pelo crescimento equilibrado entre o ativo permanente e o capital de giro (ativo circulante e realizável a longo prazo), no intuito de manter sua liquidez.

O grupo pertencente ao segmento de biscoitos e bolachas tem optado pelo crescimento via aumentos mais que proporcionais da capacidade produtiva e da utilização de recursos de terceiros, refletindo na queda da liquidez e no aumento do endividamento geral. Essa evidência pode ser explicada pelo fato de que este grupo apresentou maiores taxas de rentabilidade e menores índices de endividamento quando comparado ao grupo do segmento de massas alimentícias, de modo que estes números ainda não revelam risco de insolvência. Em 2001, por exemplo, as rentabilidades das vendas e do ativo foram, respectivamente, de 4,27 e 2,35 pontos percentuais acima das rentabilidades do grupo do segmento de massas alimentícias, enquanto o endividamento geral daquele grupo encerrou 2001 com valor de 12,30 pontos percentuais abaixo do grupo do segmento de massas.

4. RESUMO E CONCLUSÕES

Quatro grandes fatores foram atuantes na economia brasileira desde o início da década de 90, contribuindo para modificação no ambiente competitivo da agroindústria de segundo processamento do trigo no Brasil, quais sejam: a abertura da economia, a extinção do aparato estatal que regulamentava todo o SAG do trigo, a regionalização dos mercados no âmbito do Mercosul e, finalmente, a estabilização da economia, a partir da implantação do Plano Real, em julho de 1994.

As regras de livre mercado, o acirramento da concorrência em nível global e a estabilização econômica caracterizam, portanto, o novo ambiente competitivo, exigindo da sua agroindústria a adoção de novos parâmetros de competitividade como questão de sobrevivência.

Nesse contexto, uma estratégia comum observada nos segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas tem sido a ocorrência de fusões e, ou, aquisições, que sugerem processo de concentração de mercado e que podem criar condições estruturais para que essas grandes empresas exerçam ações prejudiciais à ordem econômica.

Dada a importância da agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, e em razão das mudanças ocorridas em seu ambiente competitivo, este trabalho teve como objetivo geral avaliar os ajustamentos ocorridos nos

segmentos de massas alimentícias e de biscoitos e bolachas, em razão das mudanças ocorridas no seu ambiente competitivo, enfocando o período de 1995 a 2001.

Como objetivos específicos, verificou-se o grau de concentração industrial dos dois segmentos; identificou-se, com base em dados secundários, as principais estratégias competitivas; e foram verificados, ainda, aspectos relacionados ao desempenho dos dois segmentos. Ainda, como objetivo específico, estabeleceu-se a correlação entre os diversos índices de concentração propostos e os indicadores de desempenho competitivo, no intuito de verificar a relação entre as variáveis estudadas.

Adotou-se, neste estudo, a hipótese de que, em face da queda das barreiras à entrada - abertura comercial, estabeleceu-se no Brasil um processo de concentração de mercados na agroindústria de segundo processamento de trigo, o que permitiu melhor desempenho econômico deste segmento.

Como modelo teórico foi utilizado, basicamente, o paradigma Estrutura-Condução-Desempenho da Teoria da Organização Industrial. Entretanto, considerou-se, ainda, a visão da Escola de Chicago e a Teoria dos Mercados Contestáveis, que adotam pressupostos, como a inexistência de barreiras à entrada, que podem ser aplicados em algumas situações específicas de mercado.

As conclusões deste trabalho podem ser apresentadas em três etapas. A primeira refere-se aos índices de concentração encontrados e às estratégias verificadas em cada segmento, ao passo que a segunda se refere ao desempenho competitivo de cada segmento como um todo, bem como à sua relação com os índices de concentração encontrados. Finalmente, a última etapa se refere aos indicadores econômicos e financeiros das oito maiores empresas em cada segmento, como indicadores de desempenho específicos para as maiores empresas em cada segmento.

Em relação à concentração industrial, averiguou-se que, no primeiro triênio do período analisado, o segmento de massas alimentícias mostrou comportamento estável, enquanto o segmento de biscoitos e bolachas apresentou leve retração em seus índices de concentração. No entanto, a partir de 1997, os

dois segmentos seguiram processo significativo de concentração de mercado, encerrando o período com, praticamente, os mesmos níveis de concentração.

Em 2001, as quatro maiores empresas do segmento de massas alimentícias detinham 74,18% do mercado dominado pelas oito maiores empresas, enquanto as quatro maiores empresas do segmento de biscoitos e bolachas detinham 95,02% do mercado dominado pelas oito maiores empresas deste segmento. Nesse mesmo ano havia 802 empresas no segmento de massas alimentícias e 533 empresas no segmento de biscoitos e bolachas. Essa constatação caracteriza a estrutura dos dois segmentos como formada por um grande número de pequenas empresas, onde se insere pequeno número de grandes empresas que dominam parcelas significativas de mercado e, por isso, possuem maior poder de diferenciação de seus produtos no mercado.

Conclui-se que, no período 1995-2001, tanto o segmento de massas alimentícias quanto o de biscoitos e bolachas passaram por processo de concentração de mercado. As estruturas destes dois segmentos passaram da denominação de baixa concentração em 1995 para uma concentração moderadamente baixa em 2001.

No que se refere às estratégias competitivas, observou-se que os dois segmentos têm realizado esforços no sentido de aumentar a sua competitividade. A busca por novos nichos de mercado, a diversificação das linhas de produto, o aumento da oferta de produtos de maior valor agregado, bem como a melhoria da qualidade, refletem a resposta às mudanças verificadas no perfil do consumo.

Esse movimento tem sido acompanhado por aumento no volume de investimentos para o melhoramento tecnológico e a ampliação da capacidade instalada. De 1994 a 1997, a capacidade produtiva do segmento de biscoitos e bolachas aumentou 25%, enquanto a produtividade do fator trabalho aumentou à taxa de 6,22% ao ano. O segmento de biscoitos e bolachas, por sua vez, tem sido o segundo maior responsável pela alavancagem dos negócios no mercado brasileiro de máquinas, contribuindo para o aumento na produtividade do fator trabalho à taxa de 7,06% ao ano, entre 1994 e 1997.

Conclui-se que o processo de concentração, os investimentos para capacitação tecnológica e produtiva e o processo de segmentação de mercado são as principais estratégias adotadas pelos segmentos em análise, em resposta às mudanças ocorridas no ambiente competitivo, principalmente no que se refere à queda das barreiras à entrada neste mercado, após abertura comercial. Essas tendências definem o padrão de concorrência e os novos parâmetros de competitividade para as indústrias deste segmento, evidenciando o esforço destes no intuito de aumentarem a competitividade futura.

Quanto ao desempenho de mercado, foram utilizados seis indicadores propostos, que representam o desempenho competitivo de cada segmento como um todo, quais sejam: evolução da produção; evolução das exportações; evolução das importações; evolução do faturamento; evolução do faturamento por tonelada produzida; e evolução dos índices reais de preços.

Verificou-se que houve significativo aumento na produção em ambos os segmentos estudados, como resposta ao aumento no consumo de massas e biscoitos. Entre 1994 e 2001 a produção no segmento de massas alimentícias cresceu à taxa de 2,70% ao ano, ao passo que no segmento de biscoitos e bolachas o crescimento foi de 3,97% ao ano.

Quanto à evolução das exportações, os dois segmentos apresentaram crescimento expressivo. Mesmo após a valorização da moeda nacional, a partir de 1994, as exportações mantiveram-se crescentes, sugerindo maior competitividade dos segmentos. O segmento de massas alimentícias apresentou crescimento nas exportações à taxa de 9,72% ao ano, que só não foi maior devido à retração ocorrida nos anos de 1997 a 1999. O segmento de biscoitos e bolachas, por sua vez, apresentou crescimento contínuo das suas exportações durante todo o período, contribuindo para o valor expressivo da taxa geométrica de 26,33% ao ano, entre 1994 e 2001.

No tocante à evolução das importações, verificou-se diferença significativa entre os dois segmentos. O volume importado de massas alimentícias apresentou-se crescente de 1990 a 1998, só apresentando queda a partir da desvalorização da moeda, a partir de 1999. A taxa geométrica de

crescimento da importação de massas para o período 1994-2001 apresentou-se estatisticamente igual a zero, devido à queda acentuada na quantidade importada a partir de 1999. O volume importado de biscoitos e bolachas, por sua vez, mostrou-se crescente de 1990 a 1996, apresentando, em seguida, queda contínua até o final do período.

Os produtos importados caracterizam-se por serem mais elaborados, sofisticados e diferenciados, representando parcela pouco expressiva do consumo interno e tornando, assim, inviável a produção interna aos preços próximos do produto importado, devido a problemas de escala. As importações destinam-se, portanto, a um mercado de renda mais alta, não concorrendo nos segmentos em que a indústria nacional mostra-se mais competitiva. No entanto, havendo expansão deste mercado, a produção interna pode se tornar viável, como já vem acontecendo com alguns produtos destes segmentos, que eram antes fornecidos, exclusivamente, pelo mercado externo.

Outro movimento comum verificado nos dois segmentos foi a redução nos preços dos produtos ao longo do período estudado, como resultado, principalmente, da intensificação da concorrência. Ademais, as reduções nos preços sugerem ausência de poder de mercado e melhoria na eficiência econômica nos dois segmentos, com preços determinados pelo mercado concorrencial e, portanto, em níveis mais justos.

No que se refere ao faturamento e ao faturamento por tonelada, o segmento de massas alimentícias apresentou tendência de queda às taxas de 2,73% e 5,47% ao ano, respectivamente, em razão das quedas verificadas nos preços. O segmento de biscoitos e bolachas, por sua vez, não mostrou tendência de queda nestes indicadores, apresentando taxa geométrica de crescimento igual a zero no período. A ausência de tendência nos valores destes indicadores sugere que houve, ao longo do período, variações na participação de produtos de maior valor agregado na produção total em resposta ao comportamento do consumo diante das variações sazonais e declinantes dos preços.

Quanto à análise dos coeficientes de correlação, verificou-se que os índices de concentração CR4, CR8, H4 e H8 não apresentaram relação

estatisticamente significativa com o indicador de produção, em ambos os segmentos analisados. Esse fato pode ser explicado por ter havido, nos dois últimos anos do período, crescimento expressivo na concentração acompanhado de retração na produção total do segmento. Essa constatação sugere que a retração no consumo provocou queda nas vendas das empresas menores, enquanto as maiores mantiveram ou ampliaram suas vendas.

No que se refere à correlação entre os índices de concentração e os indicadores de comércio exterior, foram observados resultados positivos em ambos os segmentos analisados, indicando que o aumento na concentração tem sido acompanhado do aumento nas exportações e da diminuição nas importações.

Os índices de concentração tiveram, ainda, relação forte e inversa com os indicadores de faturamento e faturamento por tonelada, evidenciando que, enquanto cada segmento como um todo apresentou tendência de queda no faturamento, as maiores empresas mostraram tendência de aumento no faturamento, sugerindo a existência de diferenciação dos produtos oferecidos pelas grandes empresas, bem como a fidelidade do consumidor em geral a esses produtos, seja pela adoção de estratégias de propaganda, qualidade, entre outras. Diante dessa afirmativa, as empresas menores apresentam-se em situação desfavorável, caso a retração no consumo se mantenha por tempo prolongado, criando condições para descapitalização destas empresas e incentivando o processo de concentração do mercado, seja pela saída das empresas menores, seja por aquisições e, ou, fusões entre empresas.

Este estudo analisou, ainda, o desempenho das oito maiores empresas em cada segmento, por meio dos seguintes indicadores: evolução da taxa de lucro sobre o faturamento; evolução da taxa de lucro sobre o ativo total; evolução do faturamento sobre o ativo total; evolução do ativo permanente sobre o ativo total; evolução do endividamento geral; evolução da liquidez geral; evolução do custo de produção sobre o faturamento; e evolução das despesas operacionais gerais sobre o faturamento.

Por meio da análise desses indicadores, observou-se que as maiores empresas, tanto do segmento de massas alimentícias quanto de biscoitos e

bolachas, apresentaram comportamento semelhante no período analisado. Verificou-se aumento mais que proporcional dos recursos aplicados no ativo em relação ao faturamento e aumento dos custos de produção e das despesas gerais operacionais na mesma proporção do aumento no faturamento, refletindo na queda da rentabilidade das vendas e do ativo total. Essas evidências sugerem que ambos os segmentos, diante do acirramento da concorrência, optaram pelo crescimento em detrimento da rentabilidade. O comportamento ascendente dos montantes de recursos aplicados nas atividades (ativos total e permanente) evidencia a tendência de essas empresas continuarem crescendo.

A análise dos índices de endividamento geral e de liquidez, concomitantemente com os índices de rentabilidade, permite concluir que os dois segmentos apresentam situação financeira equilibrada, não mostrando risco significativo de insolvência.

Em síntese, o novo ambiente competitivo, caracterizado principalmente pela queda das barreiras à entrada, permitiu a intensificação da concorrência e restringiu o poder de mercado das maiores empresas. Os segmentos foram obrigados a seguir processo de adequação às exigências do consumidor no mercado, como a melhoria da qualidade, o aumento da variedade e a redução nos preços dos produtos. Todo esse processo foi liderado pelas maiores empresas, que realizaram investimentos em tecnologia e aumentaram, gradualmente, sua participação no mercado, permitindo a obtenção de economias de escala e escopo. O resultado desses ajustamentos se traduziu, portanto, em melhor desempenho econômico e maior benefício para a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro**. São Paulo: Atlas, 1994. 292 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MASSAS ALIMENTÍCIAS - ABIMA. **Informações sobre o setor de massas alimentícias brasileiro**. [01 ago. 2002]. (<http://www.abima.com.br>).

AZEVEDO, P.F. Concorrência no agribusiness. In: _____. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000. p. 61-79.

AZEVEDO, P.F. et al. Competitividade do sistema agroindustrial do trigo. In: FARINA, E.M.M.Q., ZYLBERSZTAJN, D. (Coord.). **Competitividade no agribusiness brasileiro**. São Paulo: PENSA/FIA/FEA/USP, v. 2, p. 1-177, 1998.

BAIN, J.S. **Industrial organization**. 2.ed. New York: John Wiley & Sons, 1968. 126 p.

BAUMOL, W.J., PANZAR, J.C., WILLIG, R.D. **Contestable markets and the theory of industry structure**. New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1982.

BONELLI, R., FLEURY, P., FRITSCH, W. Indicadores microeconômicos do desempenho competitivo. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 3-19, 1994.

BRUMER, S. **Estrutura, conduta e desempenho de mercado na indústria metal - mecânica gaúcha - 1977**. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 1981.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. **Indicadores da agropecuária.** [01 mar. 2002]. (<http://www.conab.gov.br/indicadores.html>).

FARINA, E.M.M.Q. A teoria dos mercados contestáveis e a teoria da organização industrial: um artigo resenha. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 20, n.1, p. 5-28, 1990.

FARINA, E.M.M.Q., ZYLBERSZTAJN, D. (Coords.). **Competitividade no agribusiness brasileiro: introdução e conceitos.** São Paulo: PENSA/FIA/FEA/USP, 1998. v. 1, 73 p.

FARINA, E.M.M.Q., AZEVEDO, P.F., SAES, M.S.M. **Competitividade: mercado, estado e organizações.** São Paulo: Editora Singular, 1997. 286 p.

FERNANDES, S.M. **O sistema e a indústria agroalimentar no Brasil: diagnóstico de competitividade, indicadores e tendências.** São Paulo: ABIA, 1993. 272 p.

FERNANDES FILHO, J.F. A política brasileira de fomento à produção de trigo: 1930/1990. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 33, 1995, Brasília. **Anais...** Brasília: SOBER, 1995. p. 443-474.

FONTENELE, A.M. Das análises de Bain à teoria dos mercados contestáveis: uma inversão metodológica na construção de um modelo-síntese. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 26, n. 3, p. 381-409, 1996.

GARCIA, L.A.F. **A organização industrial da moagem de trigo no Brasil.** Piracicaba: ESALQ, 1997. 158 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, 1997.

GAZETA MERCANTIL. **Balanco anual.** [01 set 2002]. (<http://www.gazetamercantil.com.br>).

GEORGE, K., JOLL, C. **Organização industrial: crescimento e mudança estrutural.** Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

KON, A. **Economia industrial.** São Paulo: Nobel, 1994.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LABINI, P.S. **Oligopólio e progresso técnico.** São Paulo: Forense, 1980.

LAVINAS, L., MAGINA, M. Desregulamentação e globalização na reestruturação da cadeia do trigo. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA - ANPEC, 24, 1996, Águas de Lindóia. **Anais...** Águas de Lindóia: ANPEC, 1996. p. 363-381.

MARTIN, S. **Industrial economics: economic analysis and public policy**. New Jersey: Prentice Hall, 1994.

MASON, E.S. Price and production policies of large scale enterprise. **American Economic Review**, v. 29, p. 61-74, 1939.

MENDES, A.G. (Coord.). **Liberalização de mercados e integração econômica do Mercosul: estudo de caso sobre o complexo agroindustrial tritícola**. Brasília: IPEA, 1994. 172 p. (Estudos de Política Agrícola, 10).

PESQUISA e desenvolvimento na indústria de alimentos e bebidas. **Food Ingredients**, v. 19, n. 4, p. 26-36, 2002.

PINAZZA, L.A., ALIMANDRO, R. Otimismo contido. **Agroanalysis**, v. 21, n. 12, p. 38-42, 2001.

PINHEIRO, A.C., ALMEIDA, G.B. **Padrões setoriais da proteção na economia brasileira**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICA AGRÍCOLA, 5, 1993, Viçosa. **Anais...** Viçosa: UFV, 1995. p. 199-260.

PORTER, M. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

POSSAS, M. **Estruturas de mercado em oligopólio**. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1990.

RESENDE, M. Medidas de concentração industrial: uma resenha. **Análise Econômica**, v. 12, n. 3, p. 24-33, 1994.

RIBEIRO, D. **Produtividade e padrões de concorrência na indústria de alimentos**. São Paulo: ABIA, 1998.

SCHERER, F.M., ROSS, D. **Industrial market structure and economic performance**. 3.ed. Boston: Houghton Mifflin Company, 1990.

SECRETARIA DO COMÉRCIO EXTERIOR - SECEX. **Dados estatísticos de comércio**. [01 ago 2002]. (<http://aliceweb.mdic.gov.br>).

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE MASSAS E BISCOITOS NO ESTADO DE SÃO PAULO - SIMABESP. **Estatística**. [01 ago. 2002]. (<http://www.simabesp.org.br>).

VIGLIO, E.C. Indústria de alimentação: características e tendências para o ano 2000. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 6-13, 1996.

ZANDONADI, R. **Diagnóstico da agricultura brasileira**. Brasília: CNA, 1996. 142 p. (Coletânea Estudos Gleba, 1).

ZYLBERSZTAJN, D. Conceitos gerais, evolução e apresentação do Sistema Agroindustrial. In: _____. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, p. 23-38, 2000.