

Indústria alimentícia brasileira: estrutura, conduta e desempenho pós-reestruturação empresarial – 1990 a 2004

RESUMO: O trabalho teve como objetivo avaliar a estrutura, a conduta e o desempenho da indústria de alimentos após a reestruturação produtiva pela qual passou o setor a partir da abertura comercial brasileira. O período estudado está compreendido entre 1990 e 2004. A análise fundamentou-se no modelo de Organização Industrial Estrutura-Conduto-Desempenho. A fim de fornecer um indicador da concentração, o referencial analítico baseou-se nos índices Razão de Concentração — CR_k e Hirschman-Herfindahl — HHI ; a dinâmica de competição foi avaliada por meio da análise de turnover. A CR_k indicou significativo aumento da parcela de mercado dominada pelas quatro e oito maiores empresas. O HHI seguiu a tendência de concentração. Houve um turnover alto na indústria, indicando que, apesar de concentrado, é grande a competição entre as firmas. O aumento da concentração de mercado não se tem traduzido em ações prejudiciais à sociedade. Um indicador disso é que, no período analisado, o nível de preços dos produtos alimentares diminuiu significativamente. As estratégias das firmas concentram-se, basicamente, na segmentação de mercado. O setor encontra-se como um dos principais da economia brasileira. Entretanto, o país precisa resolver problemas estruturais em relação à distribuição da produção agrícola.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria alimentícia, Concentração industrial, Conduta, Desempenho.

CLASSIFICAÇÃO JEL: L11, L22 E L25.

ABSTRACT: This study aims to evaluate changes on the structure, conduct and performance in the food industry after its productive reorganization which took place after the Brazilian trade liberalization. The period of analysis is from 1990 to 2004. The analytical framework was based on the paradigm Structure-Conduct-Performance of the Industrial Organization Theory. In order to provide the degree of market concentration, the indexes of Concentration Ratio CR_k and Herfindahl-Hirschman HHI were estimated. Besides, the competition dynamics were evaluated using the turnover analysis. The CR_k indicated a huge increase in the market share of the four and eight biggest firms. The HHI also followed this concentration trend. There was a high turnover in the industry, which demonstrates that despite the increasing market concentration the competition is very high among firms. The increased market concentration has not been used by firms as a way to obtain oligopoly profits. During the period, the food price level has decreased. Basically, the strategies of the firms are concentrated in market segmentation to increase sales. The food sector has been one of the most important in the Brazilian economy. However, the country needs to work its structural problems related to the spatial distribution of agricultural products.

KEY-WORDS: Food industry, Industrial concentration, Conduct, Performance.

Dênis Antônio da Cunha¹

Roberto Serpa Dias²

¹ Estudante do mestrado do Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada DER/UFV. Tel.: (31) 8621-4760 – e-mail: denisufv@gmail.com – Departamento de Economia Rural – UFV. Campus Universitário, Viçosa – MG CEP: 36570-000

² Doutor Economia Aplicada/USP. Professor do Departamento de Economia – Tel.: (31) 3899-2454 – e-mail: rsdias@ufv.br Departamento de Economia – UFV. Campus Universitário, Viçosa – MG CEP: 36570-000

Introdução

O Brasil está entre os grandes produtores de alimentos do mundo. A indústria alimentícia nacional é um importante segmento da atividade econômica do país. Conforme dados da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA, 2006), seu faturamento chegou a cerca de R\$ 184,2 bilhões em 2005, o que corresponde a 9,5% do Produto Interno Bruto — PIB e 16,1% do valor da produção industrial brasileira.

O setor conta com cerca de quarenta mil estabelecimentos entre pequenas, médias e grandes firmas e gera um contingente próximo de um milhão de empregos. A produção é realizada por subsetores interdependentes: laticínios, óleos e gorduras, carnes, trigo, frutas e vegetais, entre outros como chocolates, que produzem mais de 850 tipos de produtos diferentes. Segundo Martinelli Junior (1998), a interdependência entre as atividades gera vantagens competitivas derivadas das economias de custo, de escala, de escopo e das sinergias da rede de distribuição e/ou comercialização.

A partir dos anos 1990, a indústria alimentícia do Brasil passou por alterações significativas decorrentes da abertura comercial do país e da estabilização econômica. O processo de liberalização comercial trouxe a necessidade de modernização, melhoria de produtos e maior eficiência organizacional e produtiva para enfrentar concorrência externa.

Esse fato deu início a um processo de reestruturação produtiva/empresarial no setor. As empresas modificaram qualitativamente suas ações concorrenciais, adequando-se às necessidades estratégicas de mercados globais. Isso levou a um reposicionamento das empresas, cuja manifestação mais relevante foi o processo de centralização industrial via fusões e/ou aquisições (F&A) (MARTINELLI JUNIOR, 1997).

No Brasil, de acordo com Rodrigues (1999), o grande número de F&A de empresas alimentícias foi motivado basicamente pela expansão da demanda interna, bem como pelo potencial de mercado no médio/ longo prazo, em comparação à tendência de estagnação das vendas nas economias centrais. A tentativa de expandir a capacidade de produção e vendas, saltar etapas na busca

de mercados regionais/locais e os custos crescentes dos investimentos também podem ser apontados como causa das F&A no setor de alimentos.

Uma das principais implicações de mudanças como essas é o poder de mercado. As empresas obtêm economias de escala e/ou escopo, o que lhes garante, além da liderança, condições para que exerçam ações prejudiciais à ordem econômica. Conforme Ferreira Júnior (2003), os oligopólios têm acesso a várias condutas anticompetitivas, além daquelas associadas à variável preço, que podem lesar os interesses da sociedade.

O processo de internacionalização das atividades produtivas empreendido pela indústria de alimentação, a partir da década de 1990, contribuiu para a formação de conglomerados alimentícios. Estes podem colocar em risco a competição entre as firmas, criando condições para que exerçam, em detrimento da sociedade, seu poder de mercado.

Esse fato, em particular, atentou para a necessidade de verificar se a estrutura atual da indústria alimentícia, ou seja, grandes empresas, muitas das quais multinacionais, interagindo com milhares de firmas menores, estaria com uma tendência à concentração de mercado.

Objetivou-se nesse trabalho, portanto, analisar a estrutura de mercado da indústria alimentícia brasileira a partir do processo de reestruturação empresarial pelo qual passou na década de 1990, avaliando sua conduta e desempenho.

Além dessa introdução, o artigo está dividido em outras quatro seções. A primeira e a segunda contêm, respectivamente, os modelos teórico e analítico. A terceira descreve brevemente as tendências recentes do consumo de alimentos no Brasil, bem como caracteriza a estrutura, conduta e desempenho do setor. Na última seção, são apresentadas as principais conclusões obtidas no estudo.

1. Modelo teórico

Pelo número e tamanho dos vendedores, as estruturas de mercado podem variar entre o monopólio, quando há apenas uma empresa, e a concorrência perfeita, na qual há grande quantidade de vendedores, cada

um com uma parcela ínfima do mercado. Não obstante, a maior parte dos mercados encontra-se numa posição intermediária, caracterizando as estruturas oligopolistas.

O setor alimentício constitui um mercado oligopolizado. Apesar de haver muitas empresas e concorrência entre elas, as maiores firmas dominam grande parcela da produção. Como não há um modelo geral de oligopólio, este estudo será fundamentado numa versão do modelo Estrutura-Condução-Desempenho, proposta por Farina, Saes e Azevedo (1997).

1.1 Modelo estrutura-condução-desempenho

Uma dos modelos mais tradicionais da Teoria de Organização Industrial³, o Paradigma Estrutura-Condução-Desempenho — ECD, busca avaliar o desempenho de um determinado mercado e compará-lo a uma situação ideal de concorrência perfeita. É a tentativa de mensurar o quanto as imperfeições de mercado limitam sua capacidade de atender a demanda da sociedade por bens e serviços (AZEVEDO, 1998).

Na análise proposta pelo modelo ECD, o desempenho do sistema econômico é determinado pela condução das firmas. Cada empresa desenvolve estratégias que visam a ganhar participação no mercado. As estratégias, resultantes da estrutura em que a empresa se insere, têm impactos distintos sobre o desempenho. As estruturas de mercado, por sua vez, dependem das condições de oferta e demanda, compreendendo características do produto, consumidores e tecnologia, aparato legal, taxa de crescimento dos mercados etc (AZEVEDO, 1998).

Farina, Saes e Azevedo (1997) aperfeiçoaram o paradigma ECD considerando as interações entre o ambiente institucional e as estruturas, o comportamento e o desempenho das organizações. Nessa versão, as estruturas de mercado apresentam determinantes tecnológicos que, aliados às estratégias empresariais — P&D, marketing, concorrência de preços, diferenciação de produtos etc —, resultarão em diferentes níveis de concentração. A condução e o desempenho das firmas são determinados simultaneamente, não existindo uma relação

causal e unidirecional entre esses elementos. No modelo, estão presentes as variáveis ambiente institucional, organizacional, tecnológico, competitivo e estratégias individuais.

A operação e o desempenho de um mercado têm suas limitações influenciadas pelo conjunto de instituições que regulam a economia. As instituições são definidas, conforme North (1991 apud Farina, Saes e Azevedo, 1997), como normas construídas pelos indivíduos de modo a estruturar a interação social, econômica e política; são regras informais — sanções, costumes e códigos de condução — e formais — constituições, leis e direitos de propriedade. Os mecanismos responsáveis pelo cumprimento dessas normas também são considerados como instituições. Mercados eficientes são consequência do ambiente institucional que normatiza o sistema econômico e garante que os contratos sejam cumpridos.

O ambiente organizacional caracteriza-se por grupos de indivíduos que se unem em torno de um propósito comum. Partem do princípio de que ações conjuntas aumentam a possibilidade de sucesso do grupo. Contudo, as organizações somente conseguirão atingir seus objetivos se houver coordenação das ações de seus membros. Há duas formas de coordenação: incentivo — instrumentos para agregar o grupo num interesse comum — e controle — fluxo de informações que a organização procura ter de cada um de seus integrantes.

Paradigma e trajetória tecnológica são importantes pontos de referência na explicação das estruturas industriais. O ambiente tecnológico, que fornece a base técnica das atividades econômicas, é um dos principais elementos que influenciam a competitividade das organizações. Juntamente com os ambientes institucional e organizacional, define-se o ambiente competitivo.

Firmas concorrentes confrontam-se no ambiente competitivo para obter recursos advindos dos consumidores. Esse ambiente é composto pela estrutura de mercado — que indica o grau de concentração das empresas que atuam em determinado sistema —, economias de escala e/ou escopo, níveis de diferenciação dos produtos, barreiras à entrada/saída e pelo padrão de concorrência entre as firmas.

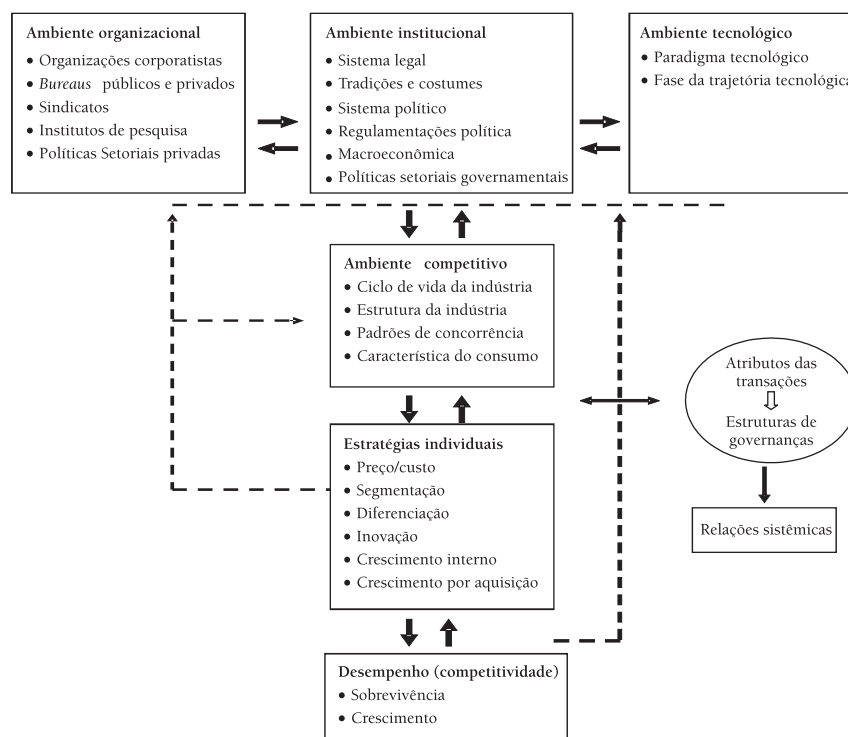
³ Os estudos sobre Organização Industrial surgiram na década de 1930, a partir dos trabalhos de Hall e Hitch, Mason e Coase, entre outros estudiosos. A teoria foi desenvolvida como uma reação à microeconomia tradicional e desde o início esteve relacionada às análises de concentração industrial e consequente política pública de regulação e normatização, condizentes com maior competição entre firmas. Dessa forma, a preocupação central de sua análise são as causas e consequências do poder de mercado.

As estratégias das firmas são realizadas com vistas a ampliar ou conservar uma posição no mercado. As empresas buscam adotar estratégias — gastos em gestão, aumentos da eficiência produtiva, recursos humanos, bem como qualidade, inovação, marketing etc. — voltadas para capacitá-las a concorrer em preço, esforços de venda ou diferenciação de produtos, em consonância com o padrão de concorrência vigente no ambiente competitivo (FERRAZ; KUPFER; HAGUENAUER, 1995).

Farina, Saes e Azevedo (1997) resumem as relações entre as variáveis de seu modelo por meio da figura 1.

No curto prazo, os ambientes institucional, tecnológico e organizacional condicionam os contratos ou normas que regulam uma transação e as estratégias individuais que, por sua vez, determinam o desempenho em termos de sobrevivência e crescimento nos mercados. No longo prazo, as estratégias individuais e organizacionais determinam o ambiente competitivo, institucional e tecnológico.

Figura 1 O Modelo Estrutura-Conduto-Desempenho.



Fonte: FARINA; SAES, AZEVEDO 1997.

2. Modelo analítico

O grau de concentração industrial é o elemento tradicionalmente analisado quando se deseja caracterizar a estrutura e observar o nível de competição de uma indústria. As medidas mais utilizadas e que foram adotadas nesse trabalho são a Razão de Concentração — CR_k e o índice de Hirschman-Herfindahl — HHI, conforme propostas por Hoffmann (1991). Foi realizada ainda a análise de *turnover*. A variável conduta foi caracterizada pela identificação e discussão das principais estratégias competitivas do setor alimentício. Por fim, para a caracterização

do desempenho da indústria alimentícia brasileira, utilizou-se indicadores da evolução das exportações, importações, faturamento e nível de preços.

2.1 Índices de Concentração Industrial

a) Razão de Concentração

A CR_k mede a proporção do valor total que corresponde às k maiores empresas de um setor:

$$CR_k = \sum_{i=1}^k Y_i \quad (1)$$

em que k é o número de empresas analisadas e Y_i é a participação da i -ésima firma no total do mercado.

Essa medida considera o mesmo grau de importância para todas as empresas. Normalmente trabalha-se com a participação de quatro e/ou oito maiores firmas sobre a utilização total dos recursos econômicos de um setor industrial.

b) Índice de Hirschman-Herfindahl

O índice HHI é calculado pela soma do quadrado das parcelas de mercado de cada firma em determinada indústria:

$$HHI = \sum_{i=1}^n (Y_i)^2 \quad (2)$$

em que n é o total de empresas do setor e Y_i é a participação da i -ésima firma no mercado.

Ao se elevar ao quadrado cada parcela Y_i , atribui-se peso maior às parcelas relativamente maiores. Desse modo, é possível considerar apenas as parcelas de mercado referentes às grandes firmas, sem que, com isso, haja perdas dos resultados e características do indicador.

O limite superior desse índice é igual a um, o que ocorre na situação de monopólio. Seu valor aumenta com o aumento da desigualdade entre as firmas, independentemente do número de firmas. O valor mínimo é representado por $1/n$ e ocorre quando as firmas têm participação igualitária no mercado. Esse índice tem a vantagem de captar a ocorrência de fusões, em termos de aumento em seu valor (RESENDE, 1994).

2.2 Análise de turnover

A dinâmica de competição do setor foi avaliada pela análise de *turnover*, que consiste no registro das mudanças de posicionamento que ocorreram entre empresas em determinado ranking, de um ano para o outro. A metodologia aqui adotada, proposta por Joscow (1960), descreve o número de firmas que, no final do período considerado, permaneceram dentro do mesmo grupo, mudaram de posição ou saíram do mercado e/ou deixaram de ser registradas no ranking delimitado inicialmente — fecharam, ficaram abaixo do grupo incluído no ranking, passaram por F&A, mudaram de razão social ou não divulgaram informações.

Tabela 1 Exemplo de análise de resultados de turnover de acordo com o procedimento de Joscow.

Ano inicial		Ano final				Totais
Grupo	Rank	Grupo A	Grupo B	Grupo...	Saiu	
A	(1 - 5)	-	-	-	-	-
B	(6 - 10)	-	-	-	-	-
Totais		-	-	-	-	-

Fonte: JOSCOW, 1960.

2.3 Fonte de dados

Para descrever a estrutura do setor e calcular os índices de concentração, analisar a conduta das firmas e avaliar seu desempenho, foram utilizadas as seguintes fontes de dados secundários:

1) Revista Exame – maiores e melhores: número de empresas pertencentes ao setor alimentício, bem como o valor das vendas de cada uma delas, em milhões de dólares, durante o período de 1990 a 2004⁴.

2) Consultoria KPMG: número de fusões e/ou aquisições empreendidas pelo setor.

3) Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação – Abia: valor da produção, vendas, exportação, faturamento, ocupação

da capacidade instalada e número de empregos da indústria alimentícia.

4) Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE: dados do Produto Interno Bruto – PIB nacional, Pesquisa de Orçamento Familiar e séries de preços de produtos alimentícios.

5) Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa: normas de produção, registro e comercialização de alimentos no Brasil.

3. Resultados e discussão

3.1 Tendências recentes do mercado consumidor de alimentos brasileiro

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2004) estima que a

⁴ Esses dados são gerados a partir de informações contábeis divulgadas pelas próprias firmas e referem-se a cada uma de suas unidades e não ao grupo empresarial como um todo. Os valores das vendas são apurados em reais e convertidos para dólares, segundo taxa de câmbio do dia 31 de dezembro de cada ano.

porcentagem média da renda dos brasileiros gasta com alimentação esteja próxima de 17,1% (há variações entre a faixa de menor renda – até R\$ 400,00 – e a de renda mais alta – acima de R\$ 4.000,00: a primeira gasta 32,6%, enquanto a segunda gasta 9,0%). Além disso, a elasticidade-renda da demanda por alimentos, segundo Rodrigues (1999), é maior no Brasil do que nas economias centrais. Desse modo, os consumidores são grandes indutores de mudanças na indústria alimentícia, fazendo com que as empresas estejam constantemente se adaptando para atendê-los.

Nos últimos trinta anos, o brasileiro diversificou sua alimentação, reduzindo o consumo de gêneros tradicionais e aumentando o consumo *per capita* de produtos com maior valor adicionado. A baixa renda de grande parte da população fez com que os ganhos obtidos por programas sociais e pela estabilidade econômica dos últimos anos fossem destinados à aquisição de produtos anteriormente restritos à população de renda maior.

A urbanização da população, a expansão dos lares com menor número de moradores e a crescente participação da mulher no mercado de trabalho, combinada à redução do tempo destinado ao preparo das refeições, têm aumentado a demanda por produtos de fácil preparo, muitas vezes com embalagens individualizadas.

Tem sido maior a preocupação dos consumidores quanto à origem dos produtos, presença de resíduos tóxicos e patogênicos e estado de conservação dos alimentos. Por isso, a demanda por alimentos mais “saúdáveis”, com menores teores de colesterol, gordura, sal entre outras substâncias indesejáveis aumentou. Essa tendência é confirmada pelo crescimento das vendas de alimentos *light* e *diet*⁵. Segundo Ribeiro (2005), o setor cresceu mais de 300% entre 2000 e 2005, superando o ritmo de crescimento da indústria de alimentos convencionais. Estima-se que 45,6% da população de classe média brasileira consome produtos *light* e/ou *diet*.

O consumo fora do domicílio também é uma tendência que tem-se acentuado.

É grande a expansão das redes de *fast-food* e restaurantes “por quilo”, exemplos de praticidade, rapidez, conveniência e adequação aos desejos dos consumidores. Conforme o IBGE (2004), do total gasto com alimentos pelos brasileiros, os dispêndios com refeições fora do domicílio representam 24%. A maior parte dessas despesas destina-se a almoço e jantar — 10% do total gasto com alimentos —, em seguida a lanches — 3,8% — e cervejas, chopes e outras bebidas alcoólicas — 3,3%.

3.2 Estrutura de mercado

Para caracterizar a estrutura da indústria alimentícia brasileira, foram mensuradas as parcelas de mercado controladas pelas maiores empresas do setor. A análise baseou-se na premissa de que se a desigualdade na repartição das parcelas de mercado entre as firmas for alta, maior será a concentração industrial e menor a concorrência. A tabela 2 apresenta os índices calculados — CR4, CR8 e HHI — com base nas vendas — em milhões de dólares — das maiores empresas do setor⁶.

Os resultados indicam que houve um aumento no grau de concentração. Em 1990, as quatro e oito maiores empresas detinham, respectivamente, 31,62% e 44,32% das vendas do setor; em 2004, as firmas líderes passaram a controlar 39,91% e 54,32% das vendas totais. A relação CR4/CR8 também permite observar um aumento na concentração: as quatro maiores firmas dominaram 74,47% das vendas realizadas pelas oito maiores em 2004.

Entre 1990 e 2004, as taxas de crescimento da concentração para as quatro e oito principais empresas foram de 1,68% e 1,46% ao ano, respectivamente. Entretanto, ao longo do período em questão, houve quedas na concentração, sendo a mais significativa entre 2003 e 2004 (cerca de 11% para o CR4 e 13% para o CR8).

O cálculo do índice HHI confirma a tendência de aumento na concentração. A taxa de crescimento para esse índice revela uma elevação da desigualdade entre as empresas da ordem de 2,15% ao ano.

5 Os alimentos *light* têm redução de, ao menos, 25% de gordura; já os alimentos *diet* são aqueles isentos de açúcar, gordura ou glúten (RIBEIRO, 2005).

6 Os cálculos foram feitos levando em consideração as firmas individuais e não os grupos empresariais como um todo. Assim, os resultados obtidos podem subestimar a concentração econômica do setor.

Tabela 2 Principais índices de concentração industrial da indústria alimentícia brasileira no período de 1990 a 2004.

	CR4	CR8	CR4/CR8	HHI
1990	0,3162	0,4432	0,7134	0,0389
1991	0,2951	0,4230	0,6976	0,0345
1992	0,2782	0,4047	0,6874	0,0333
1993	0,2843	0,4215	0,6745	0,0342
1994	0,2881	0,4197	0,6864	0,034
1995	0,3290	0,5046	0,6520	0,0454
1996	0,3229	0,4811	0,6712	0,0456
1997	0,3543	0,5045	0,7023	0,0477
1998	0,3540	0,5113	0,6924	0,0480
1999	0,3635	0,5208	0,6980	0,0480
2000	0,3964	0,5498	0,7210	0,0535
2001	0,4023	0,5383	0,7474	0,0533
2002	0,4427	0,5856	0,7560	0,0621
2003	0,4489	0,6227	0,7209	0,0660
2004	0,3991	0,5432	0,7347	0,0524
TGC*	1,68%	1,46%	0,21%	2,15%

Fonte: dados da pesquisa.

* Taxa Geométrica de Crescimento.

O aumento na parcela de mercado das firmas líderes está relacionado às transações de F&A empreendidas no setor. Com a abertura comercial, muitas empresas nacionais não resistiram à concorrência externa e foram adquiridas por grandes grupos internacionais.

A indústria de alimentos brasileira é constituída por empresas que apresentam forte heterogeneidade entre si devido ao grau de capacitação tecnológica, área de atuação e, principalmente, pelo tamanho. Esse segmento constituía-se, em 2004, por aproximadamente quarenta mil firmas, das quais 96% eram de pequeno porte e apenas 4% eram de médio e/ou grande porte (ABIA, 2006). Não obstante, as maiores empresas são responsáveis por quase a totalidade das vendas do setor.

A análise de *turnover* foi realizada para as quinze maiores empresas da indústria alimentícia brasileira do ano de 1990, acompanhando as alterações no ranking

até 2004. A tabela 3 mostra a dinâmica de posicionamento das empresas do setor para o período considerado.

Tabela 3 Análise de *turnover* das quinze maiores empresas da indústria alimentícia brasileira, entre 1990 e 2004.

Grupo	Ranking	Empresas por ranking 2004			Saiu ou não foi registrada entre as 15 maiores
		Grupo A	Grupo B	Grupo C	
A	(1 - 5)	2	-	-	3
B	(6 - 10)	2	-	-	3
C	(11 - 15)	-	-	-	5
Totais		4	-	-	11

Fonte: dados da pesquisa.

A partir desses resultados, observa-se que houve um *turnover* alto na indústria de alimentos nacional. O destaque fica por conta das firmas do grupo B, que ganharam posições no ranking. O grupo A, no qual as empresas possuem as maiores parcelas de mercado, não conseguiu manter a liderança. O grupo C mostrou-se bastante instável, uma vez que as empresas que compunham o ranking inicial (1990) deixaram de ser registradas. Cabe acrescentar que algumas firmas que saíram do horizonte da análise foram adquiridas ou se fundiram a grandes grupos empresariais. Por tudo isso, é possível afirmar que, apesar da concentração, é grande a competição entre as firmas dessa indústria.

3.3 Estratégias competitivas — conduta

De acordo com Neves (1999), tem havido um processo de segmentação de mercado na indústria alimentícia. Cada vez mais, as estratégias empresariais levam em conta as diferentes classes de consumidores e procuram focar-se para melhor atendê-las. São desenvolvidos produtos mais saudáveis, como as linhas de alimentação *light* e *diet* e aqueles considerados “ambientalmente limpos” — alimentos orgânicos, por exemplo. Sabores e recheios alternativos, alimentos pré-cozidos e pratos congelados são explorados para alcançar diferentes nichos de mercado.

Desse modo, entre as principais ações realizadas pelas empresas alimentícias, estão políticas de diferenciação/inação de produtos. Novas tecnologias contribuem

nesse processo, uma vez que são utilizadas para agregar valor aos bens e, assim, fortalecer a posição das firmas frente às ações dos competidores.

Como complemento a essas estratégias, o setor realiza maciços investimentos em publicidade, moldando a demanda de mercado para seus produtos via ações mercadológicas. Segundo Ferreira Junior (2003), a decisão do consumidor muitas vezes é influenciada pelo destaque aos valores nutritivos do produto — sugerindo qualidade —, ou mesmo por embalagens práticas e atrativas.

A segmentação de mercado, entretanto, traz consigo altos custos de concepção, registro e difusão de novos produtos, o que acaba gerando a formação de alianças entre os agentes da cadeia produtiva. Essa tendência tem criado maior integração comercial e técnico-produtiva entre processadores primários e produtores de produtos alimentícios finais. Por meio desses acordos, as firmas externalizam atividades de Pesquisa e Desenvolvimento — P&D e Publicidade e Propaganda — P&P, minimizando riscos e dividindo custos e rendimentos.

Se, por um lado, a busca pela satisfação de diferentes mercados dá mais alternativas aos consumidores, por outro causa dependência e especialização produtiva entre as firmas processadoras e os fornecedores de matéria-prima. Cria-se, portanto, uma estrutura de oferta bastante concentrada, cujo padrão concorrencial baseia-se crescentemente em barreiras à entrada (MARTINELLI JUNIOR, 1997).

Outra estratégia comum na indústria tem sido a ocorrência de F&A. Essas transações passaram a ter maior importância mundialmente a partir da década de 1990, época em que o setor de alimentos deu início à sua reestruturação produtiva e empresarial. Houve a entrada de grandes volumes de investimentos estrangeiros, sendo a maior parte sob a forma de aquisições de empresas brasileiras. Desde então, esse foi o setor da economia nacional que mais empreendeu F&A; conforme dados da KPMG (2005), de 1992 a 2004 houve 424 transações no segmento — ou cerca de 11,3% do total nacional.

Uma consequência das F&A foi a formação de conglomerados alimentícios, praticamente inexistentes até 1990. Segundo

Martinelli Junior (1997), as maiores firmas deixaram de ter estratégias competitivas de oligopólio multidoméstico e passaram a adotar aquelas mais próprias do oligopólio mundializado, atendendo as necessidades globais.

A conduta das empresas de alimentação é afetada sobremaneira pelo ambiente institucional no qual se inserem. Há uma série de regras para a produção e comercialização de alimentos. A adequação de linhas de produção à legislação requer mão de obra qualificada e aperfeiçoamento constante. O desenvolvimento de novos produtos, principal estratégia competitiva do setor, torna-se ainda mais dispendioso, uma vez que a firma interessada deve criar um padrão de identidade e qualidade que apresente referências internacionais (ANVISA, 2005).

3.4 Desempenho

No final dos anos 1990, segundo McKinsey (1999), o setor alimentício constituía-se no maior parque industrial brasileiro. Esse resultado está relacionado às alterações pelas quais o segmento passou em função do processo de abertura da economia nacional e, posteriormente, devido ao Plano Real.

O processo de liberalização comercial fez com que as empresas alimentícias passassem por alterações visando a melhorar a qualidade de seus produtos e concorrer com o mercado internacional. A queda nas taxas de inflação levou a um substancial aumento da demanda por alimentos. Essa expansão teve reflexos permanentes sobre a produção da indústria, ocasionando uma melhora geral nos seus indicadores de desempenho tabela 4.

Tabela 4 Taxas de crescimento e ocupação da capacidade instalada da indústria alimentícia brasileira no período de 1990 a 2004 (em porcentagem)

	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004
Produção física*	1,8	0,2	4,5	4,2	4,8	2,5	2,9	4,8
Vendas reais*	-6,6	1,6	-8,6	6,3	5,1	2,3	7,0	4,3
Ocupação da capacidade instalada	69,6	67,4	74,2	78,9	71,4	73,3	74,6	68,8

Fonte: ABIA, 2006.

* Taxa de crescimento.

A tabela 4 mostra que, embora discreta, houve melhoria na indústria processadora de alimentos. Destacam-se as vendas reais, que haviam caído em média 0,5% no período 1990/94, mas cresceram 5,7% entre 1995/99 e 4% entre 2000/04. Para Rodrigues (1999), a evolução desses indicadores está relacionada à abertura comercial e ao processo de apreciação cambial após 1994 que, entre outros efeitos, permitiu ao setor uma maior utilização de insumos importados.

A participação da produção industrial de alimentos na indústria de transformação e no PIB, apesar de não apresentar crescimento significativo entre 1995 e 2004, obteve valores bastante expressivos, em média 18,1% e 9,5%, respectivamente. O valor da produção industrial de alimentos apresenta uma trajetória ascendente de evolução: em 2004 foi de R\$ 175,9 bilhões, contra R\$64,4 bilhões em 1995 — aumento de 173%. Nesse período, o valor da produção do setor cresceu 11,8% ao ano, enquanto o crescimento anual médio do PIB, segundo o IBGE (2005), foi de apenas 2,4%.

O mercado internacional tem contribuído para o bom desempenho da indústria alimentícia. A exposição do setor à concorrência externa levou-o a melhorar continuamente a qualidade dos produtos e seus índices de produtividade. Destaca-se sua contribuição para as contas externas do país — em 2005 o setor respondeu por aproximadamente 17% das exportações nacionais. Entre os anos de 1995 e 2004, a indústria exportou significativamente mais que importou. O saldo comercial em 2004 foi aproximadamente oito vezes maior do que era em 1995.

Os mercados atendidos pela indústria alimentícia apresentam muitas diferenças em termos econômicos e culturais — Europa e Oriente Médio, por exemplo, são os principais compradores. Em razão disso, grande parte de suas vendas externas refere-se a preparações alimentícias — cerca de 53% em 2004 —, isto é, produtos com maior grau de valor adicionado e que atendem as exigências de cada segmento consumidor.

Após o Plano Real os preços de alimentos reduziram-se drasticamente, mesmo com o grande aquecimento da demanda. Além da queda na inflação, mudanças no setor foram responsáveis pelos preços mais baixos. As

mudanças incluíram redução de postos de trabalho, investimentos em capital fixo, treinamento da mão de obra, melhorias na logística de distribuição e produção e foram realizadas com o intuito de aumentar a produtividade e manter as empresas competitivas (FARINA; NUNES, 2004).

O Brasil reúne características decisivas para o desempenho da indústria alimentícia: boas condições climáticas e disponibilidade de recursos naturais — que o deixa entre os maiores produtores mundiais de *commodities*, principais matérias-primas para a concepção de alimentos industrializados —, além do grande mercado consumidor. No entanto, o país ainda precisa corrigir alguns pontos fracos, sob pena de comprometer o desenvolvimento do setor. De acordo com Oliveira e Oliveira (2004), o modelo de transporte brasileiro, basicamente rodoviário, coloca-se com um entrave ao escoamento de grandes volumes, em função dos altos custos. Alia-se a isso o fato de que os portos nacionais possuem elevados preços, comparativamente aos de outros países.

4. Conclusões

A partir da década de 1990, com a abertura da economia e a estabilização econômica, a indústria alimentícia passou por um processo de reestruturação produtiva. As regras de livre mercado e o acirramento da concorrência em nível internacional fizeram com que as firmas passassem a adotar estratégias mais voltadas para as exigências globais. Assim, uma tendência observada nos vários segmentos da referida indústria foi a ocorrência de F&A, com várias empresas adquiridas por grandes grupos empresariais.

O aumento da concentração de mercado não se tem traduzido em ações prejudiciais à ordem econômica por parte das grandes empresas. Um indicador disso é que, no período analisado, o nível de preços dos produtos alimentares diminuiu significativamente. Esse resultado beneficiou principalmente a população de baixa renda, que consome a maior parcela de seu orçamento com alimentação.

Observou-se, ainda, que é grande a competição entre as principais firmas. A

análise da dinâmica de posicionamento — *turnover* — evidenciou esse fato, com as empresas mudando frequentemente sua posição no ranking das quinze maiores. Soma-se a concorrência imposta pelas grandes redes varejistas que, além de lançarem continuamente marcas próprias, usam seu poder de mercado nas negociações de preços.

Com relação às estratégias competitivas, destacam-se a inovação de produtos, a segmentação do consumo, as alianças entre firmas e o consequente processo de concentração empresarial. Inicialmente, foram motivadas pelas mudanças no ambiente competitivo após a abertura

comercial brasileira; atualmente, fatores como mudanças nos hábitos de consumo da população brasileira e a oferta cada vez maior de marcas próprias pelas redes varejistas também são importantes na determinação da conduta do setor.

Finalmente, no que diz respeito ao desempenho, o setor encontra-se como um dos principais da economia brasileira e o país figura entre os maiores produtores mundiais de alimentos. Não obstante, o Brasil ainda precisa resolver alguns problemas estruturais, basicamente no que se refere ao escoamento da produção agrícola, que é a principal matéria-prima da indústria de alimentos.

Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO – Abia. **Indústria da alimentação**: principais indicadores econômicos. Disponível em: <<http://www.abia.org.br/FichaTécnica.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2006.
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – Anvisa. **Alimentos**. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br/alimentos/legis/index.htm>>. Acesso em: 29 ago. 2005.
- AZEVEDO, P. F. Organização industrial. In: PINHO, D. B.; VASCONCELLOS, M. A. S. (Org). **Manual de Economia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1998. p. 195-222.
- FARINA, E. M. M. Q.; SAES, M. S.; AZEVEDO, P. F. **Competitividade**: mercado, estado e organizações. São Paulo: Pioneira, 1997.
- FARINA, E. M. M. Q.; NUNES, R. Para além da agricultura: o efeito “treadmill” no sistema agroindustrial de alimentos no Brasil. **Economia Aplicada**, v. 8, n. 2, 2004.
- FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil**: desafios competitivos para a indústria. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- FERREIRA JÚNIOR, S. **Ajustamentos na agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, de 1995 a 2001**. 2003. 68 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Universidade Federal de Viçosa, 2003.
- HOFFMANN, R. **Estatística para economistas**. São Paulo: Pioneira, 1991.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Notícias**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 9 mar. 2005.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003**: primeiros resultados Brasil e grandes regiões. Coordenação de Índices de Preços. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.
- JOSCOW, J. Structural Indicia: rank-shift analysis as a supplement to concentration ratios. **Review of Economic and Statistics XLII**, p. 113 - 116, fev. 1960.
- KPMG — Auditores Independentes. **Pesquisa de fusões e aquisições**. Disponível em: <http://www.kpmg.com.br/publicacoes/fusoes_aquisicoes>. Acesso em: 18 jan. 2005.
- MARTINELLI JÚNIOR, O. Contribuição ao estudo da indústria de alimentos: uma breve sistematização da literatura. **Leituras de Economia Política**, v. 5, n. 2, p. 101-124, dez. 1997.
- MARTINELLI JÚNIOR, O. Barreiras à entrada em mercados alimentares: uma discussão das evidências recentes. **Revista Nova Economia**, v. 8, n. 2, p. 133-158, dez. 1998.
- INSTITUTO MCKINSEY. **Produtividade no Brasil**: a chave do desenvolvimento acelerado. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- NEVES, M. F. **Um modelo para planejamento de canais de distribuição no setor de alimentos**. 1999. 297 p. Tese (Doutorado em Economia) – Universidade de São Paulo, 1999.
- OLIVEIRA, B. A. C.; OLIVEIRA, G. C. A competitividade internacional da indústria alimentícia brasileira: uma análise à luz da Teoria Porteriana. **Revista Eletrônica de Administração – Read**, v. 10, n. 2, p. 1-13, mar.-abr. 2004.

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

REVISTA EXAME. **As 500 maiores empresas do Brasil**. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br>>. Acesso em: 12 set. 2005.

RIBEIRO, F. Preços com calorias a mais: brasileiro aumenta consumo de alimento light, mas o valor do mesmo produto varia até 75%. **Jornal O Globo**, p. 29-30, jul. 2005.

RODRIGUES, R. I. Empresas estrangeiras e fusões e aquisições: os casos dos ramos de autopeças e de alimentação/bebidas em meados dos anos 90. In: **Texto para Discussão**, n. 622, Brasília, Ipea, 1999.