

COMPETITIVIDADE E ESTRUTURA DE MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉ: ANÁLISE DE 2003 A 2012

Karim Marini Thomé¹, Lucas Souza Ferreira²

(Recebido: 13 de junho de 2014; aceito: 28 de agosto de 2014)

RESUMO: O estudo da competitividade internacional do café é de grande importância para o agronegócio brasileiro, pois o café colabora com significativa parcela da balança comercial brasileira. Para melhor entender essa conjuntura do mercado, foi realizada uma pesquisa quantitativa que analisou a vantagem comparativa revelada, posição relativa do mercado, índice de exportação líquida, participação no mercado e índice de concentração em comparação ao Brasil. Constatando-se que o mercado do café é um concentrado, tanto nas exportações quanto importações e com pouca oscilação entre os principais países compradores e vendedores ao longo do período estudado, com ressalvas para o decréscimo das exportações colombianas e acréscimos das vietnamitas.

Termos para indexação: Competitividade internacional, café, estrutura de mercado.

COFFEE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS AND STRUCTURE OF MARKET: ANALYSIS FROM 2003 TO 2012

ABSTRACT: The research of international competitiveness of the coffee is of great importance for Brazilian agribusiness since coffee collaborates with a significant portion of the Brazilian trade balance. To better understand the coffee market structure, a quantitative research was performed based on the revealed comparative advantage, relative market position, rate of net exports, market share and concentration index compared to Brazil. Was verified that the coffee market is concentrated, both exports and imports, with little fluctuation between major buyers and sellers throughout the period studied, with exceptions for decrease of Colombian exports and increases in Vietnamese.

Index terms: International competitiveness, coffee, structure of market.

1 INTRODUÇÃO

O café é um dos principais produtos de exportação brasileira, que impulsiona o PIB, tendo uma significativa participação na quantidade de café exportado no mundo (BRASIL, 2012). O Brasil, o Vietnã e a Colômbia são responsáveis por aproximadamente 55% da produção mundial do café (INTERNATIONAL TRADE CENTER - ITC, 2011).

Russell, Mohan e Banerjee (2012) revelam que o Brasil apresenta um laço histórico de importância com o café, pois esse produto contribuiu para o início do processo de industrialização no País. Os mesmos autores ainda revelam que o Brasil tem se mantido na liderança das exportações do café em decorrência de fatores edafoclimáticos, capacidade produtiva e de intensivos esforços técnicos para aumentar a produtividade.

Contudo outros países vêm chamando a atenção no cenário internacional do setor cafeeiro, quer seja no contexto de importadores, exportadores, ou até mesmo como atravessadores (ITC, 2013).

Desse modo, faz-se necessário compreender a real situação e conjectura do mercado internacional de café, o que pode possibilitar a formulação estratégica de políticas a serem utilizadas, tanto por firmas, como por setores públicos brasileiros.

Objetivou-se, no presente trabalho, contribuir para a melhor do comércio internacional de café, analisando a competitividade e a estrutura de mercado internacional do café, ressaltando os resultados brasileiros e de seus principais concorrentes e parceiros comerciais, utilizando os modelos de cálculo baseados em Banterle e Carrarese (2007), Bojnec e Fertő (2009), Lafay et al. (1999), Latruffe (2010) e Vollrath (1991).

2 MATERIAL E MÉTODOS

O conceito de competitividade pode ser entendido em múltiplas óticas. O seguido neste trabalho diz respeito à definição discorrida por Latruffe (2010) que a coloca como a capacidade de enfrentar a concorrência e obter sucesso. Esse sucesso pode ser analisado em diferentes níveis, como: firma, setor ou até mesmo nação. Em uma visão estritamente ligada ao agronegócio e à

^{1,2}Universidade de Brasília - Campus Universitário Darcy Ribeiro - ICC - FAV - Agronegócios - Brasília- DF - 70910-970
thome@unb.br, soufer.lucas@gmail.com

corrente teórica econômica, pode-se entender que competitividade é uma descrição da capacidade que uma firma, um setor ou uma nação tem de se manter competitiva, e que, em termos, reflete a habilidade de proteger e/ou melhorar sua posição em relação aos competidores que atuam no mesmo setor (BOJNEC; FERTÖ, 2009; GALLAGHER et al., 2006; LATRUFFE, 2010).

Horn (1985) comenta que a competitividade internacional vista por um nível setorial pode ser mensurada com diferentes indicadores. A teoria do comércio (*trade theory*) sugere que a competitividade setorial de uma nação deve ser balizada pelo conceito da vantagem comparativa. A vantagem comparativa postula que os fluxos comerciais são o resultado de diferenças na eficiência da alocação dos recursos (muitas vezes refletida nos custos de produção) entre os países (BOJNEC; FERTÖ, 2009).

Um dos indicadores mais utilizados para mensurar a competitividade de setores em ambiente internacional é o índice de vantagem comparativa revelada (VCR). A VCR é calculada com base em Vollrath (1991), expressa como:

$$VCR = \frac{\left(\frac{X'_p}{X'_p} \right)}{\left(\frac{X'_m}{X'_m} \right)}$$

Em que

VCR é a vantagem comparativa revelada;

X'_p é o valor das exportações do produto i do país no período t ;

X'_p é o valor das exportações totais do país no período t ;

X'_m é o valor das exportações do produto i no mundo no período t ;

X'_m é o valor das exportações totais do mundo no período t ;

Além da VCR, outro índice que colabora para o debate da competitividade internacional do café brasileiro é o da posição relativa de mercado (PRM). Esse índice é utilizado para determinar a posição de uma nação no mercado internacional de um produto específico e leva em consideração o saldo comercial de um produto i em relação ao total comercializado pelo país do mesmo produto (LAFAY et al., 1999). Expresso em:

$$PRM'_i = 100x \frac{X'_i - M'_i}{W'_i}$$

Em que

PRM'_i é a posição relativa de mercado do país no tempo t ;

X'_i é o valor das exportações do produto i do país no período t ;

M'_i é o valor das importações do produto i do país no período t ;

W'_i é o valor do total comercializado no mundo do produto i , ou seja, valor total das exportações mais as importações mundiais do produto i no período t ;

Além do VCR e o PRM, Thomé, Vieira e Santos (2012) revelam que a teoria econômica da Organização Industrial (OI) tem se mostrado extremamente útil para os pesquisadores cujo interesse é a influência da estrutura de mercado sobre o desempenho. Grande número de trabalhos reflete essa postura teórica e gera significativa massa de análise que envolve atributos da OI (OLADI; GILBERT, 2012).

A abordagem de maior proeminência nesta base teórica é o paradigma da Estrutura-Condução-Desempenho (ECD), que defende uma condução em direta ligação entre a concentração de mercado e o grau de concorrência. De acordo com o paradigma ECD, uma maior concentração de mercado permite que os detentores de maior parcela de mercado explorem o poder de mercado para, assim, obter maior lucro (IWASAKI; SELDON; TREMBLAY, 2008).

De acordo com Oladi e Gilbert (2012), a concentração de mercado é considerada a junção das partes de mercado dominadas pelas principais parcelas de mercado de um determinado setor. Essa mesma consideração é válida na área de negócios internacionais, assim como é explicitada no trabalho de Thomé, Vieira e Santos (2012).

Oladi e Gilbert (2012) explicam que uma alta concentração de mercado é tida quando poucos detêm significativa parcela do mesmo (*marketshare*), enquanto a grande maioria do número atores opera no resto do mercado. Por outro lado, baixa concentração de mercado é caracterizada por grande número de competidores em pé de igualdade, onde não se nota domínio por parte de alguns.

A concentração de mercado é um importante aspecto da estrutura de mercado onde as firmas estão inseridas e que influencia o desempenho das mesmas (IWASAKI; SELDON; TREMBLAY, 2008). Oladi e Gilbert (2012) também sustentam essa ideia e explicitam que a concentração de mercado pode refletir posições competitivas de um determinado país, em um determinado setor. Os autores ainda enfatizam que a concentração de mercado age como um relevante indutor de desempenho.

Dentro das possibilidades de operacionalizar a concentração de mercado, percebe-se, pela leitura de Iwasaki, Seldon e Tremblay (2008), uma série de características que devem ser atendidas por uma sólida base de medida de concentração. Oladi e Gilbert (2012) compartilham do mesmo rigor e partem do princípio de que as medidas de concentração devem tomar como base as parcelas de mercado internacional de cada País. Essa parcela pode ser expressa de diversas maneiras e formulada de modo a considerar a concentração da desigualdade das parcelas de mercado internacional e do número de países.

$$IHH = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Dentre as possíveis equações utilizadas para expressar a concentração de mercado, Oladi e Gilbert (2012) dão destaque para o Índice Hirschman-Herfindahl (IHH). O IHH é expresso:

Em que:

IHH = Índice de Herfindahl-Hirschman;
 S_i^2 = parcela de mercado ao quadrado e
 n = total de países no setor.

Além do IHH, outro aporte utilizado para melhor entendimento da postura competitiva no comércio internacional remete ao fluxo de importação/exportação do produto. Neste estudo é utilizado o índice de exportação líquida (*net export index*) (NEI) (BANTERLE; CARRARESI, 2007).

Basicamente, a NEI leva em consideração o saldo comercial do país em detrimento do produto i , em função do fluxo comercial do mesmo produto i que o país teve no período t . O NEI é expresso:

$$NEI_i^t = \frac{X_i^t - M_i^t}{W_i^t}$$

Em que:

NEI_i^t é o índice de exportação líquida do produto i do país no tempo t ;

X_i^t é o valor das exportações do produto i do país no período t ;

M_i^t é o valor das importações do produto i do país no período t ;

W_i^t é o valor do fluxo comercial do produto i do país no período t , ou seja, valor das exportações mais as importações do produto i .

O NEI varia entre -1 (quando o país apenas importa) e 1 (quando o país apenas exporta), já em situação resultante de 0, o país igualmente exporta e importa. A construção de índices demonstra significativa relevância para melhor compreensão, a nível internacional, por iniciativas privadas bem como por iniciativas públicas.

Os dados utilizados neste estudo foram extraídos do banco de dados do *Internacional Trade Center* (ITC), no período de 2003 a 2012, utilizando unidade de medida de mil (US milhares de dólares), ajustados pelos maiores exportadores e importadores do produto. Faz-se necessário enfatizar que o ITC é uma organização subsidiária da Organização Mundial do Comércio (OMC) e da Organização das Nações Unidas (UNCTAD), para fornecimento de relatórios comerciais e assistência técnica comercial para países em desenvolvimento ou transição (ITC, 2013).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Panorama do comércio internacional do café

O estudo foi delimitado em dez países importadores e exportadores, constatando e descrevendo suas evoluções no crescimento anual de transações.

Importadores

Os dados referentes aos dez principais importadores estão expressos no Gráfico 1 e na Tabela 1. Com o reconhecimento dos mesmos, foi possível notar que os maiores importadores do café são mercados que possuem características de economias desenvolvidas (Estados Unidos, Alemanha, França, Itália, Japão, Canadá, Bélgica, Espanha, Países Baixos, Reino Unido).

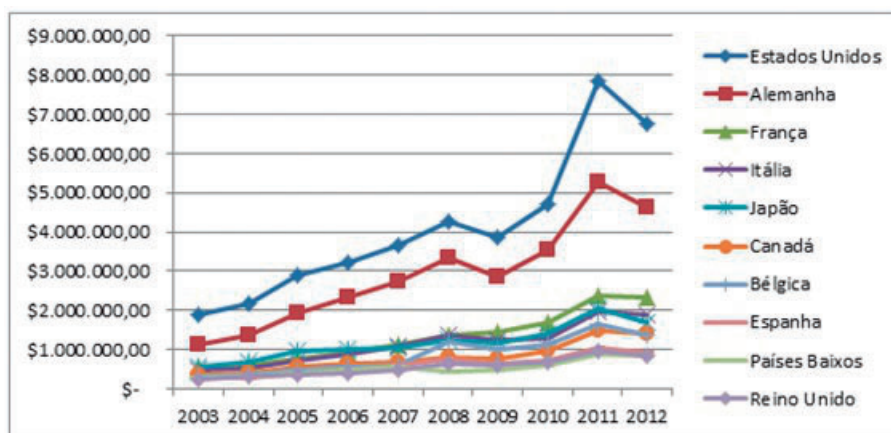


GRÁFICO 1 - Importação dos 10 maiores importadores de café, período 2003-2012.

Fonte: Adaptado de ITC (2013).

TABELA 1 - Importações em 2003 e 2012 e média de crescimento anual dos 10 maiores importadores de café.

	2003	2012	Diferença	Média da Taxa de Crescimento
Estados Unidos	1.884.142,00	6.754.776,00	4.870.634,00	25,85
Alemanha	1.124.586,00	4.612.046,00	3.487.460,00	31,01
França	562.553,00	2.343.612,00	1.781.059,00	31,66
Itália	474.936,00	1.881.316,00	1.406.380,00	29,61
Japão	577.313,00	1.699.718,00	1.122.405,00	19,44
Canadá	348.007,00	1.411.342,00	1.063.335,00	30,55
Bélgica	307.832,00	1.390.076,00	1.082.244,00	35,16
Espanha	275.630,00	944.110,00	668.480,00	24,25
Países Baixos	305.152,00	849.824,00	544.672,00	17,85
Reino Unido	246.303,00	846.496,00	600.193,00	24,37

De acordo com o evolução dos maiores importadores, demonstrada no Gráfico 1, nota-se que as posições dos principais importadores de café pouco variou, contudo houve um aumento expressivo durante o período avaliado. A Tabela 1 demonstra a média de crescimento anual das importações, com a diferença dos anos de 2003, em relação a 2012, tendo a Bélgica a maior média de crescimento anual, com um percentual de 35,16%.

Ao analisar de forma individual os importadores, nota-se que foi expressiva a média de crescimento anual em todos os países, sendo a Bélgica a que obteve o maior destaque, porém o mercado internacional ainda encontra-se majoritariamente demandado pelos Estados Unidos e Alemanha.

Os Estados Unidos, desde o início do período estudado, apresenta um grande valor na quantidade de suas importações. De acordo com Cunha (2008), esse é o maior consumidor do produto, mas nota-se que, no ano de 2009, decorrente da crise, houve uma queda na demanda. Contudo, após esse período do ano de 2009, os Estados Unidos, até 2011, aumentaram 74,44 % nas importações e de 2011 até 2012 houve uma queda de 13,88%.

A Alemanha, por possuir características de agregador de valor com características de reexportação, teve uma média de crescimento em torno dos 31,01% e, quando analisado no mesmo intervalo de pós-crise que a estadunidense, 2009 à 2011, a Alemanha apresenta um aumento de 61,16% nas importações do produto.

De acordo com Sereia, Camara e Cintra (2008), a importação de produtos se dá para suprir a escassez do mesmo. No caso do café é diferente, pois a maior parte do mercado se concentra em países não produtores, sendo assim uma estratégia para a reexportação.

A França obteve a segunda maior média de crescimento anual, com um total de 31,66 %. A Itália e o Canadá também foram os importadores que elevaram o poder de compra do produto, aproximando-se dos 30% de crescimento nos anos analisados.

Já o Japão, juntamente com os Países Baixos, foram os únicos países que tiveram média de crescimento anual inferiores a 20%.

A Bélgica, por sua vez, teve um expressivo aumento em sua importação de café. Pesquisas reveladas pelo International Coffee Organization - ICO (2013) mostram que o consumo do café nesse país tem aumentado significativamente baseado na demanda interna e também na reexportação.

A Espanha e o Reino Unido obtiveram um expressivo aumento da média de crescimento, aproximando-se de 25%.
Exportadores

A análise dos exportadores neste setor coloca o Brasil frente aos seus principais concorrentes. O Gráfico 2 e a Tabela 2 demonstram a quantidade exportada e a média de crescimento anual de exportação de cada ator.

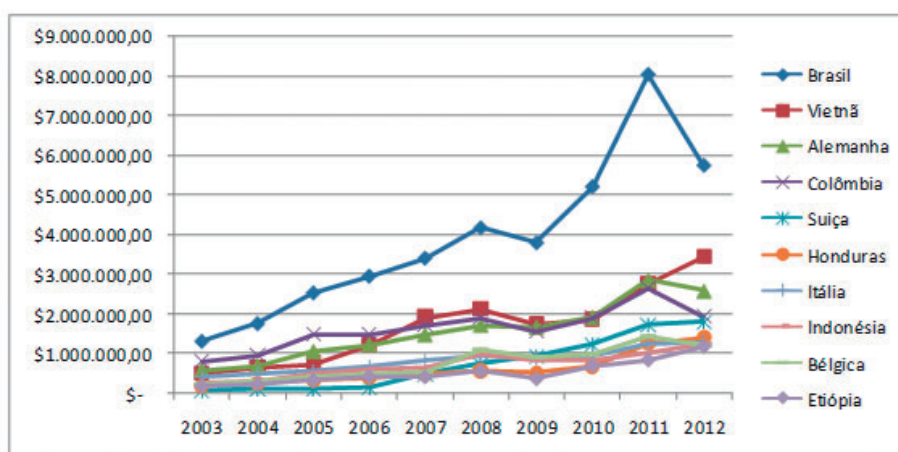


GRÁFICO 2 - Exportação dos 10 maiores exportadores de café, período 2003-2012.

Fonte: Adaptado de ITC (2013).

TABELA 2 - Exportação em 2003 e 2012 e média de crescimento anual dos 10 maiores exportadores de café.

	2003	2012	Diferença	Média da Taxa de Crescimento
Brasil	1.315.646,00	5.740.321,00	4.424.675,00	33,63
Vietnã	504.892,00	3.444.070,00	2.939.178,00	58,21
Alemanha	591.019,00	2.583.665,00	1.992.646,00	33,72
Colômbia	813.929,00	1.955.749,00	1.141.820,00	14,03
Suíça	74.831,00	1.803.872,00	1.729.041,00	231,06
Honduras	182.605,00	1.406.643,00	1.224.038,00	67,03
Itália	405.460,00	1.303.616,00	898.156,00	22,15
Indonésia	259.107,00	1.249.519,00	990.412,00	38,22
Bélgica	234.475,00	1.208.000,00	973.525,00	41,52
Etiópia	183.769,00	1.188.026,00	1.004.257,00	54,65

Fonte: Adaptado ITC (2013).

Ao identificar e descrever, de forma individualizada cada ator no mercado exportador do produto, nota-se que o Brasil é o maior exportador de café, contudo a sua taxa de crescimento é a terceira menor entre os dez principais países exportadores. Analisando os anos pós-crise, nota-se que o País, nos anos de 2009 a 2011, obteve um aumento de 51,41 % nas exportações, porém de 2011 a 2012 obteve uma queda de 28,48%.

A Suíça teve a maior taxa de crescimento em exportações no período analisado, contudo, quando se fraciona o intervalo de 2006 a 2012 tem-se um crescimento de 1017,61% nas exportações de café, de acordo com Alvarez, Pilbeam e Wilding (2010), a Nespresso (Nestlé), que tem planta de produção no País, teve uma grande transformação na produção e nos produtos comercializados - como a cápsula de café -, aumentando consideravelmente a exportação desse país.

Alemanha, Itália e Bélgica cresceram, em média, 33,72%, 22,15% e 41,52% respectivamente, contudo, de acordo com ITC (2013), não são produtores de café. A Colômbia foi o país que menos cresceu (14,03%). De acordo com Saes (2006), a Colômbia desenvolve e investe no marketing para assegurar sua parcela de exportação no mercado internacional. Entende-se que a política adotada pela Colômbia é pertinente e seus valores exportados são significativos.

A Etiópia, Indonésia e Vietnã tiveram uma média de crescimento de 54,65%, 38,22% e 58,21% respectivamente. Esses são países detêm vasta mão de obra e, decorrente disso, notam-se custos minimizados e, conseqüentemente,

ganho de competitividade ao valor final de seu produto. Segundo Cunha (2008), esses países seriam exemplos clássicos da produção cafeeira não tecnificada que está associada a países em desenvolvimento, por ter abundância de mão de obra barata.

3.2 Vantagem Comparativa Revelada

A Vantagem Comparativa Revelada, calculada de acordo com Vollrath (1991), está apresentada na Tabela 3, de forma a expressar o valor dos 10 maiores exportadores, ao longo do período estudado.

Analisando a Tabela 3, nota-se que entre os exportadores, apenas cinco países obtiveram índices que ultrapassaram ou marcam a casa das dezenas. São estes:

O Brasil obteve a pontuação máxima no ano de 2004 com 18,03 e, com o passar dos anos, teve queda nessa pontuação e termina 2012 com 12,73.

O Vietnã, que atingiu o máximo no ano de 2007 com 30,83, sendo superior ao índice do Brasil, a partir de 2008 há um decréscimo nesses índices e termina 2012 com 15,00 pontos.

A Colômbia, que obteve o máximo em 2003 com 61,37, com a constatação nos demais períodos houve uma queda significativa de seus pontos, pois em 2012 teve 17,82, tendo uma diferença de 2003 a 2012 de 43,55 pontos.

Honduras, que chegou ao máximo no ano de 2005 com 214,22, tendo muita vantagem em relação a outros, pois a nação desenvolve produção em um setor isolado.

TABELA 3 - Vantagem Comparativa Revelada no período de 2003 a 2012.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	17,74	18,03	17,97	17,44	16,56	15,33	15,32	16,34	15,61	12,73
Vietnã	24,74	24,02	19,18	24,87	30,83	24,55	18,74	15,88	14,18	15,00
Alemanha	0,78	0,76	0,91	0,89	0,87	0,86	0,92	0,94	0,96	0,98
Colômbia	61,37	57,11	59,22	49,61	45,17	37,11	29,63	29,78	23,23	17,82
Suíça	0,70	0,83	0,84	0,89	2,16	2,75	3,38	3,90	3,67	4,29
Honduras	181,73	213,66	214,22	168,90	163,34	135,07	121,32	136,10	178,48	147,40
Itália	1,34	1,40	1,27	1,30	1,28	1,37	1,32	1,19	1,40	1,40
Indonésia	4,19	4,07	4,95	4,75	4,36	5,27	4,37	3,20	2,54	3,54
Bélgica	0,91	1,03	1,08	1,09	0,96	1,69	1,51	1,52	1,51	1,45
Etiópia	353,86	383,14	304,47	332,36	255,86	255,60	141,28	185,98	161,23	157,12

Fonte: Resultado.

A Etiópia possui uma pontuação que sobressai aos demais exportadores do setor, pois atingiu o máximo em 2004 com 383,14 e mesmo havendo uma diminuição dessa pontuação continuou sendo o mais expressivo no setor, com 157,12.

Os resultados da Tabela 3 confirmam as afirmações de Cunha (2008) a respeito da competitividade de países não desenvolvidos, frente aos demais.

3.3 Posição Relativa de Mercado

A posição Relativa de Mercado, calculada de acordo com Lafay et al. (1999), demonstra a relevância que o País possui para o comércio internacional de café, apresentada na Tabela 4.

Ao analisar os índices, nota-se que os atores que possuem uma maior significância nesse mercado exportador são estáveis no mercado internacional.

O Brasil é o ator com maior importância no setor internacional do café, com índice de 8,57, seguido por Vietnã (5,15) e Colômbia (2,68).

Apesar de o Brasil apresentar o maior índice de Posição Relativa de Mercado, o mesmo manteve-se estável no período analisado; já o Vietnã apresenta franco crescimento. A Colômbia foi muito expressiva no início do período estudado, contudo, entre 2008 a 2012 teve uma queda na posição do mercado, todavia continua entre os principais no mercado internacional.

Honduras está crescendo em relevância no mercado e apresenta índice de 2,11 em 2012, com melhor posição que Indonésia (1,7) e Etiópia (1,78).

A Suíça é o único país que não possui um bom índice de Vantagem Comparativa Revelada, mas que possui um índice de Posição Relativa de Mercado positiva (1,49), muito próximo aos índices de Indonésia e Etiópia.

TABELA 4 - Posição Relativa de Mercado no período de 2003 a 2012.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	8,32	9,34	9,98	9,88	9,55	9,48	9,42	10,74	11,03	8,57
Vietnã	3,17	3,39	2,91	4,07	5,36	4,79	4,28	3,82	3,77	5,15
Alemanha	-3,37	-3,54	-3,41	-3,74	-3,50	-3,66	-2,96	-3,33	-3,33	-3,05
Colômbia	5,13	5,09	5,79	4,88	4,83	4,32	3,72	3,80	3,43	2,68
Suíça	-0,47	-0,28	-0,45	-0,31	0,42	0,76	1,31	1,40	1,16	1,49
Honduras	1,15	1,37	1,30	1,31	1,40	1,31	1,29	1,41	1,75	2,11
Itália	-0,44	-0,18	-0,67	-0,69	-0,76	-0,94	-0,82	-0,72	-1,00	-0,87
Indonésia	1,60	1,53	1,96	1,93	1,57	2,22	1,99	1,62	1,36	1,70
Bélgica	-0,46	-0,19	-0,20	-0,29	-0,24	-0,23	-0,21	-0,22	-0,29	-0,27
Etiópia	1,16	1,26	1,32	1,13	1,17	1,09	0,92	1,45	1,17	1,78

Fonte: Resultado.

TABELA 5 - Participação no mercado internacional e índice de concentração importação.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Estados Unidos	22,86	22,67	22,26	21,35	20,38	19,42	19,21	19,60	21,64	20,41
Alemanha	13,64	14,14	14,79	15,55	15,23	15,19	14,20	14,72	14,54	13,94
França	6,82	6,31	5,87	6,10	6,32	6,30	7,14	7,02	6,52	7,08
Itália	5,76	5,53	5,64	5,78	6,11	6,31	6,11	5,45	5,45	5,68
Japão	7,00	6,99	7,35	6,77	5,96	5,78	5,72	5,87	5,68	5,14
Canadá	4,22	4,16	4,22	4,17	3,81	3,60	3,88	4,05	4,07	4,26
Bélgica	3,73	3,67	3,69	3,84	3,43	5,50	4,92	4,64	4,59	4,20
Espanha	3,34	3,15	3,21	3,23	3,44	3,49	3,20	3,06	2,94	2,85
Países Baixos	3,70	3,46	3,04	3,13	3,25	2,06	2,48	2,50	2,45	2,57
Reino Unido	2,99	3,30	2,81	2,79	2,70	2,87	2,95	2,85	2,64	2,56
IHH	50,33%	50,11%	50,28%	49,78%	48,04%	47,22%	46,65%	47,20%	48,38%	47,12%

Fonte: Resultado.

3.4 Participação no Mercado e Índice de Concentração

Conforme visualizado na Tabela 5, os Estados Unidos detêm a maior parcela do mercado. Já em 2003 tinha a maior parte no mercado com 22,86%, havendo uma diminuição nos anos seguintes, contudo, não perdeu o posto de maior importador, apresentando em 2012 um total de 20,41% da participação global. Já a Alemanha, o segundo maior importador desse mercado, teve seu pico no ano de 2006 como um total na parte de 15,55% e em 2012 apresentou 13,94%.

A França teve sua maior participação nas importações globais no ano de 2009, com um total de 7,14% e, no último ano analisado, 7,08%. A quarta e quinta posições nos maiores importadores, nos anos analisados, ficam entre Japão e Itália. A Itália, no ano de 2008, teve 6,31% da participação no mercado e, em 2012, obteve 5,68%. Já o Japão apresentou sua maior participação em 2005, com 7,35 e, posteriormente, diminuindo progressivamente até chegar ao nível de 5,14%.

Os demais países apresentados apresentam participações consideravelmente inferiores que os analisados anteriormente, pois o Canadá obteve seu pico com um total de 4,26%. A Bélgica apresentou incremento na participação como importador, como retrata o ano de 2008 com um total de 5,50%, mas em 2012 fechou com 4,20%.

Percebe-se que o IHH diminuiu durante o período estudado, contudo ainda continua superior a 47%, o que revela um mercado concentrado ao nível dos importadores, caracterizando assim um oligopsonio.

Com relação aos exportadores, expresso na Tabela 6, o Brasil destaca-se como o país com maior parcela de mercado internacional, com maior relevância no ano de 2011, em que alcançou um pico de 22,20%, sequenciado por uma queda em 2012, quando obteve 17,17% de participação das exportações globais de café.

O Vietnã é o segundo país em participação no mercado internacional em exportações. Ao longo do período analisado apresenta um expressivo aumento de sua participação no mercado e obteve um pico em 2007, com 10,81%, posteriormente havendo uma queda, mas em 2012 apresentou recuperação, com 10,30%. A Alemanha é o terceiro maior exportador de café com sua maior participação no ano de 2005 com 8,56% , finalizando o período analisado com 7,73%.

A Colômbia com o passar dos anos, no período estudado, diminuiu a sua participação no mercado pois atingiu um máximo no ano de 2005, com 12,08% e terminou 2012, com 5,85%, apresentando uma diferença expressiva entre esses anos. A Suíça, por outro lado, teve um expressivo aumento nesses últimos 10 anos, pois sua participação em 2003 era de 0,99% e no ano de 2012 atingiu 5,40%.

Assim, como no IHH das importações, percebe-se que houve diminuição da concentração das exportações, contudo a proporção da diminuição foi menor. Percebe-se alta concentração dos exportadores, o que caracteriza um mercado oligopolizado.

TABELA 6 - Participação no mercado internacional e índice de concentração exportação.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	17,39	19,15	20,50	19,95	19,21	18,98	19,01	21,42	22,20	17,17
Vietnã	6,67	6,99	5,99	8,22	10,81	9,63	8,68	7,62	7,64	10,30
Alemanha	7,81	7,60	8,56	8,30	8,34	7,85	8,40	7,91	7,91	7,73
Colômbia	10,76	10,50	12,08	10,05	9,78	8,73	7,90	7,88	7,35	5,85
Suíça	0,99	1,12	1,05	1,09	2,69	3,45	4,73	5,07	4,79	5,40
Honduras	2,41	2,80	2,67	2,64	2,82	2,62	2,59	2,81	3,50	4,21
Itália	5,36	5,44	4,57	4,50	4,63	4,41	4,52	3,94	3,46	3,90
Indonésia	3,42	3,20	4,08	3,98	3,59	4,52	4,13	3,35	2,87	3,74
Bélgica	3,10	3,45	3,47	3,33	2,99	5,04	4,54	4,14	4,02	3,61
Etiópia	2,43	2,59	2,71	2,88	2,36	2,56	1,85	2,88	2,34	3,55
IHH	42,62%	44,24%	47,13%	46,52%	48,14%	45,19%	43,99%	44,83%	45,10%	41,05%

Fonte: Resultado.

TABELA 7 - Índice de Exportação Líquida no período de 2003 a 2012.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	0,999	0,999	0,999	0,999	0,999	0,996	0,993	0,992	0,990	0,988
Vietnã	0,984	0,990	0,997	0,997	0,992	0,990	0,983	0,990	0,979	0,988
Alemanha	-0,311	-0,323	-0,291	-0,313	-0,296	-0,318	-0,261	-0,295	-0,296	-0,282
Colômbia	0,994	0,989	0,967	0,964	0,985	0,979	0,899	0,920	0,879	0,836
Suíça	-0,333	-0,204	-0,305	-0,221	0,186	0,284	0,384	0,376	0,320	0,379
Honduras	0,998	0,999	0,999	0,999	0,999	0,999	0,999	0,999	0,999	0,999
Itália	-0,079	-0,033	-0,130	-0,134	-0,142	-0,176	-0,154	-0,154	-0,224	-0,181
Indonésia	0,956	0,954	0,976	0,961	0,781	0,963	0,941	0,918	0,910	0,828
Bélgica	-0,135	-0,055	-0,057	-0,080	-0,074	-0,043	-0,045	-0,050	-0,067	-0,070
Etiópia	1,000	1,000	0,999	0,657	0,998	0,736	0,999	0,998	0,999	0,998

Fonte: Resultado.

3.5 Índice de Exportação Líquida

Os índices de exportação líquida, expresso na Tabela 7, demonstram que os principais atores das exportações mundiais de café apresentam países que atingem a neutralidade de seu saldo líquido como a Itália e a Bélgica. Isto significa que esses países não possuem características de produção doméstica nesse setor.

Já outros países como Brasil, Vietnã, Colômbia, Honduras, Indonésia e Etiópia possuem características produtoras, ou seja, são mais concentrados na produção desse setor e apresentam índices muito próximos a 1. Esse índice revela também países que atuam na comercialização (importação e exportação), mas que também têm acentuado consumo doméstico, como Alemanha e Suíça, justificando o trabalho de Gonçalves (2008).

Banterle e Carraresi (2007) afirmam que a NEI permite a visualização de subgrupos em conjunturas diferenciadas. Desse modo, pode-se agrupar os principais atores da estrutura de mercado internacional do café da seguinte maneira:

Países estáveis em exportação, com base em produção doméstica: Brasil, Vietnã, Colômbia, Honduras, Indonésia e Etiópia;

Países estáveis em comércio (importação e exportação): Itália e Bélgica;

Países estáveis em comércio (importação e exportação), com acentuado consumo doméstico: Alemanha e Suíça.

O entendimento, por parte do Brasil, deste agrupamento permite visualizar seus competidores diretos (países estáveis em exportação) e competidores indiretos (estáveis em comércio),

frisando que os competidores indiretos podem também ser considerados possíveis parceiros comerciais, visto que os mesmos podem importar o produto brasileiro.

Infere-se que diversos países não produzem café. O café (re)exportado por esses países é fruto de coordenação de produção, de importações e de beneficiamento/processamento, o que resulta em agregação de valor, pela utilização de tecnologia e marketing para ganhar mercados mais sofisticados, assim como estudado por Gonçalves (2008).

4 CONCLUSÕES

O Brasil é o país com maior posição relativa de mercado, seguido por Vietnã, Colômbia e Honduras. Esse índice corrobora com o estudo de Sereia, Camara e Cintra (2008) e apresenta significativa vantagem frente a seus competidores.

A estrutura de mercado internacional mostra-se concentrada, tanto para importação quanto para exportação, caracterizando mercado oligopsonico e oligopolistico, com baixa alteração entre os principais atores internacionais. Isso evidencia que o mercado internacional apresenta atores solidamente posicionados.

Contudo, ressalta-se que diversos competidores em nível de exportação, apresentam taxas de crescimento superiores à brasileira. Tal crescimento do volume comercializado por países exportadores é justificado com base em Sereia, Camara e Cintra (2008), pois os mesmos apresentam competências que resultam em liderança de preço, normalmente em países em desenvolvimento, e por Gonçalves (2008) que justifica a taxa de crescimento em exportação de café de países desenvolvidos, que

dominam tecnologia/padrões de processamento, coordenação de cadeia produtiva e marketing, que lhes possibilita a diferenciação do produto.

O índice de Exportação Líquida revela, entre os principais exportadores, três grupos compostos por atores que são: i) estáveis em exportação, com base em produção doméstica (Brasil, Vietnã, Colômbia, Honduras, Indonésia e Etiópia); ii) estáveis em comércio, reflexo de importação e exportação (Itália e Bélgica); iii) estáveis em comércio, baseado em importação e exportação, com acentuado consumo doméstico (Alemanha e Suíça). Ressalta-se que, no segundo e terceiro grupos, as exportações são decorrentes de agregação de valor, ou seja, esses países são grandes importadores e exportadores, ou seja, não produzem sua matéria-prima.

A Vantagem Comparativa Revelada mostra que os países com maior vantagem comparativa no mercado internacional de café são: Etiópia, Honduras, Colômbia, Vietnã e Brasil. Já a posição relativa de mercado revela que os países mais relevantes são: Brasil, Vietnã, Colômbia, Honduras e Suíça.

Para estudos futuros, sugere-se a análise sobre os fatores determinantes do estabelecimento de núcleos de processamento e agregação de valor ao café brasileiro, em estrutura comparativa aos demais países, que estabelecem essas atividades na cadeia produtiva.

5 REFERÊNCIAS

ALVAREZ, G.; PILBEAM, C.; WILDING, R. Nestlé Nespresso AAA sustainable quality program: an investigation into the governance dynamics in a multi-stakeholder supply chain network. **Supply Chain Management: An International Journal**, London, v. 15, n. 2, p. 165-182, 2010.

BANTERLE, A.; CARRARESI, L. Competitive performance analysis and European Union trade: the case of the prepared swine meat sector. **Food Economics**, Oslo, v. 4, p. 159-172, 2007.

BOJNEC, S.; FERTŐ, I. Agro-food trade competitiveness of Central European and Balkan countries. **Food Policy**, London, v. 34, p. 417-425, 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **O intercâmbio comercial do agronegócio: principais mercados de destino**. Brasília, 2012.

CUNHA, D. A. da. **Integração de preços no mercado internacional de café**. 2008. 105 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2008.

GALLAGHER, P. et al. The international competitiveness of the U.S. corn-ethanol industry: a comparison with sugar-ethanol processing in Brazil. **Agribusiness**, New York, v. 22, n. 1, p. 109-134, 2006.

GONÇALVES, M. L. F. O que o kaffee de lá tem que o café daqui não tem: um estudo comparativo entre os sistemas agroindustriais do café alemão e brasileiro. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 59-81, 2008.

HORN, E. J. Internationale Wettbewerbsfähigkeit von Landern. **WiST-Wirtschaftswissenschaftliche Studien**, Berlin, n. 7, p. 323-329, 1985.

INTERNATIONAL TRADE CENTER. **The coffee exporter's guide**. 3rd ed. Geneva, 2011. Disponível em: <<http://www.intracen.org/The-Coffee-Exporters-Guide---Third-Edition/>>. Acesso em: 7 nov. 2013.

_____. **Market analysis and research**. Disponível em: <http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx>. Acesso em: 23 out. 2013.

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. **International coffee council**. Disponível em: <<http://dev.ico.org/documents/icc-105-5e-employment.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

IWASAKI, N.; SELDON, B. J.; TREMBLAY, V. J. Brewing wars of attrition for profit: and concentration. **Review of Industrial Organization**, New York, v. 33, p. 263-279, 2008.

LAFAY, G. et al. **Nations et mondialisation**. Paris: Economica, 1999.

LATRUFFE, L. Competitiveness, productivity and efficiency in the agricultural and agri-food sectors. **OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers**, Paris, n. 30, p. 417-449, 2010.

OLADI, R.; GILBERT, J. Buyer and seller concentration in global commodity markets. **Review of Development Economics**, Amsterdam, v. 16, n. 2, p. 359-367, 2012.

RUSSELL, B.; MOHAN, S.; BANERJEE, A. Coffee market liberalisation and the implications for producers in Brazil, Guatemala and India. **The World Bank Economic Review**, Washington, v. 26, n. 3, p. 514-538, 2012.

SAES, A. M. Do vinho ao café: aspectos sobre a política de diferenciação. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 7-19, 2006.

SEREIA, V. J.; CAMARA, M. R. G.; CINTRA, M. V. Competitividade internacional do complexo cafeeiro brasileiro e paranaense. **Semina. Ciências Agrárias**, Londrina, v. 29, p. 557-578, 2008.

THOME, K. M.; VIEIRA, L. M.; SANTOS, A. C. International marketing channels for Brazilian beef: comparison between Russia and the United Kingdom. **Journal of East-West Business**, London, v. 18, n. 4, p. 301-320, 2012.

VOLLRATH, T. L. A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. **Weltwirtschaftliches Archiv**, Berlin, v. 130, p. 265-279, 1991.