



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



UMA ANÁLISE SISTÊMICA DA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA BRASILEIRA
DÊNIS ANTÔNIO DA CUNHA; ROBERTO SERPA DIAS; ADRIANO PROVEZANO
GOMES;

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

VIÇOSA - MG - BRASIL

denisufv@gmail.com

APRESENTAÇÃO SEM PRESENÇA DE DEBATEDOR

SISTEMAS AGROALIMENTARES E CADEIAS AGROINDUSTRIAIS

UMA ANÁLISE SISTÊMICA DA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA BRASILEIRA

Grupo de Pesquisa: Sistemas Agroalimentares e Cadeias Agroindustriais

1. 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, com grande dinamismo na produção, exportação e progresso técnico de sua cadeia produtiva. Conforme dados da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA, 2005), nos últimos anos seu faturamento tem crescido, chegando à cerca de R\$ 175,9 bilhões em 2004, o que corresponde a 9,9% do Produto Interno Bruto (PIB) e 16,1% do valor da produção industrial do país.

O setor conta com cerca de 40 mil estabelecimentos entre pequenas, médias e grandes firmas, distribuídas por todo o país e gera um contingente próximo de um milhão de empregos. A produção é realizada por vários sub-setores interdependentes: laticínios, óleos e gorduras, derivados de carne, do trigo, de frutas e vegetais, chocolates, entre outros, que produzem mais de 850 tipos de produtos diferentes.

O grande leque de segmentos e linhas de produtos que caracteriza a indústria alimentícia é fundamental para as estratégias de diferenciação/inação de produtos. Ademais, a interdependência entre as atividades que a compõem gera vantagens competitivas derivadas das economias de custo, de escala, de escopo e das sinergias da rede de distribuição e/ou comercialização (MARTINELLI JÚNIOR, 1998).

Embora alguns sub-setores sejam política e tecnologicamente mais evoluídos que outros, as firmas mais representativas apresentam forte orientação para atuação no mercado internacional, inovação constante de produtos, diversificação e sofisticação de muitos dos mercados atendidos (MACEDO e SOUZA, 2004). São também expressivos os investimentos em marketing e no aperfeiçoamento de equipamentos e unidades produtivas.

Essas características contribuem para que o Brasil obtenha altos níveis de produtividade e competitividade para atuar no mercado externo e explicam o bom desempenho do país como exportador de alimentos industrializados (em 2004 o setor respondeu por aproximadamente 18% das exportações nacionais).

A partir dos anos noventa, a indústria alimentícia brasileira passou por alterações significativas decorrentes da maior inserção da economia do país na economia internacional e da estabilização econômica. O processo de liberalização comercial trouxe a necessidade de modernização, melhoria de produtos e maior eficiência organizacional e produtiva para fazer face à concorrência externa.

Esse fato deu início a um processo de reestruturação produtiva empresarial. Segundo MARTINELLI JUNIOR (1997), as empresas alimentícias modificaram qualitativamente suas ações concorrenciais, adequando-se às necessidades estratégicas de mercados mundializados. Isso levou a um reposicionamento das empresas, cuja manifestação mais relevante é o processo de centralização industrial via fusões e/ou aquisições (F&A).

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 elevado potencial de mercado, no médio/longo prazo, em comparação à tendência de estagnação das vendas nas economias centrais. Por outro lado, 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 dessas mudanças 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 lesam os interesses da sociedade, tais como acordos de exclusividades e vendas casadas.

Neste contexto, o processo de internacionalização das atividades produtivas empreendido pela indústria de alimentação brasileira a partir da década de 1990, contribuiu para a formação de grandes conglomerados alimentícios que geram elevado valor agregado e podem colocar em risco a competitividade no setor.

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

1.1. Origens e desenvolvimento da indústria alimentícia brasileira

A indústria alimentícia está entre os principais setores responsáveis pelo início da industrialização brasileira. De acordo com SUZIGAN (2000), sua origem está relacionada aos efeitos diretos e indiretos criados pela economia de exportação em expansão, nas últimas décadas do século XIX. Entretanto, os setores que se desenvolveram a partir da Primeira Guerra Mundial já não eram apenas complementares ou subsidiários à economia exportadora de produtos agrícolas, mas estavam relacionados ao crescimento da demanda interna por matérias-primas industriais. O segmento de carnes congeladas e industrializadas, por exemplo, foi estabelecido com o objetivo de processar novos produtos de exportação¹.

¹ Maiores informações sobre o início da industrialização brasileira em SUZIGAN (2000).

No final da década de 1910, a produção de alimentos era a segunda maior atividade industrial do país, com cerca de 20,6% da produção industrial brasileira (a primeira era a indústria têxtil, com 29,6%). Vinte anos depois, em 1939, o setor já era o de maior participação no valor agregado bruto da indústria nacional, com 24,2%. Durante as décadas seguintes, na medida em que outros setores de maior valor agregado se estabeleceram (produtos químicos e farmacêuticos, por exemplo), o peso relativo da indústria diminuiu (BIRCHAL, 2005).

A partir de meados da década de 1990 a indústria alimentícia aumentou novamente sua participação na produção industrial do país. Segundo McKINSEY (1999), ao final dos anos noventa o setor constituía-se no maior parque industrial brasileiro. Essa mudança está relacionada a alterações no perfil distributivo da renda nacional e à elasticidade-renda da demanda por alimentos.

Segundo ROCHA (1996), a partir do segundo semestre de 1994, a estabilização dos preços produziu um ganho de renda real para uma parcela da população até então desprotegida de mecanismos de indexação de rendimentos, num ambiente de alta inflação. Esse efeito redistributivo é controverso, podendo ter sido localizado apenas no ano de 1995, mas favoreceu os extratos inferiores de renda, em relação a períodos anteriores.

A elasticidade-renda da demanda por alimentos, que depende do nível de renda *per capita* e da distribuição de renda, é maior no Brasil do que nas economias centrais². A estrutura concentrada da renda nacional faz com que a procura por produtos alimentícios seja muito sensível a mudanças positivas no perfil distributivo. Desse modo, os ganhos de renda real promovidos pela queda na inflação a partir de 1994 levaram a um substancial aumento da demanda por alimentos (RODRIGUES, 1999).

Apesar dessa tendência de melhoria na distribuição de renda ter se esgotado nos anos seguintes, a expansão da demanda teve reflexos permanentes sobre a produção da indústria alimentícia. Houve, desde essa época, uma melhora geral nos indicadores de desempenho do setor (Tabela 1).

Tabela 1 – 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.

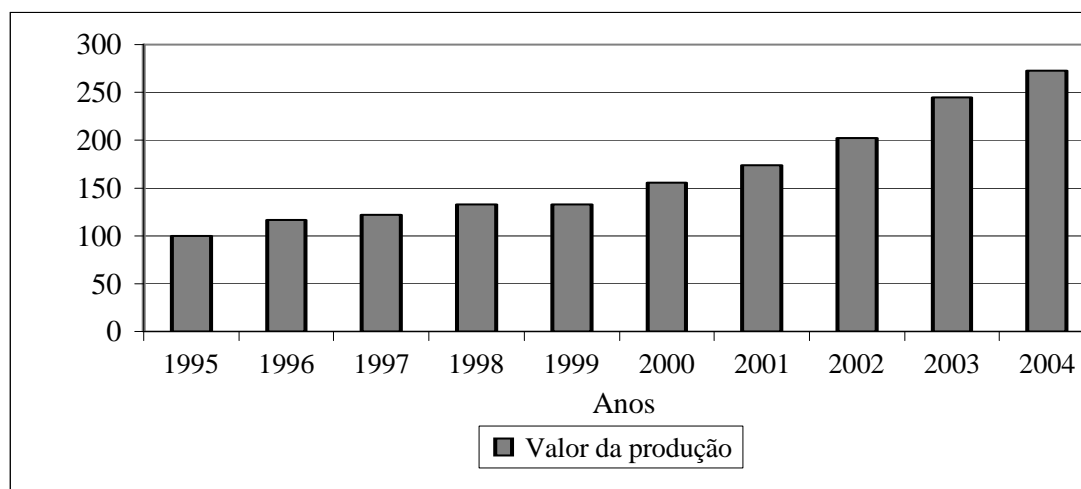
* Taxa de crescimento.

A Tabela 1 mostra que, embora discretas, houve melhorias na indústria processadora de alimentos. O destaque foi as vendas reais, que haviam caído em média 0,5% no período 1990/94, mas cresceram 5,7% entre 1995/99 e 4,0% entre 2000/04. Para RODRIGUES (1999), a evolução desses indicadores está relacionada à abertura comercial,

² Conforme RODRIGUES (1999): “Ainda que a alta segmentação da indústria de alimentos defina um perfil bastante heterogêneo de produtos com distintas elasticidades, a elasticidade-renda da demanda agregada por alimentos deve ser maior em economias como a brasileira, em comparação com economias de alta renda *per capita* e melhor padrão distributivo”.

em 1990, e ao processo de apreciação cambial após 1994, que, entre outros efeitos, permitiu à indústria alimentícia uma maior utilização de insumos importados.

A participação da produção industrial de alimentos na indústria de transformação e no PIB, apesar de não apresentar variação significativa ao longo da última década, apresentou valores bastante expressivos, em média 18,1% e 9,5%, respectivamente. Os aumentos anuais no valor da produção industrial do setor vêm confirmar sua representatividade em termos de geração de riquezas para o país (Figura 1).



Fonte: ABIA, com dados trabalhados pelo autor.

Figura 1 – Índices do valor da produção industrial de alimentos brasileira no período de 1995 a 2004 (ano base 1995 = 100).

De acordo com a Figura 1, 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 desse setor cresceu 11,8% ao ano, enquanto o crescimento anual médio do PIB, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), foi de 2,4%.

O mercado internacional tem contribuído para o bom desempenho da indústria alimentícia do Brasil. A exposição do setor à concorrência externa levou-o a melhorar continuamente a qualidade dos produtos e seus índices de produtividade. Destaca-se ainda sua contribuição, em termos macroeconômicos, para as contas externas do país. A partir da

Tabela 2, pode-se observar que nos últimos dez anos a indústria exportou significativamente mais que importou.

Tabela 2 – Exportação, importação e saldo comercial da indústria alimentícia brasileira, no período de 1998 a 2003, em R\$/bilhões

ANO	EXPORTAÇÃO	IMPORTAÇÃO	SALDO COMERCIAL
1995	8,3	2,6	5,7
1996	9,7	2,3	7,4
1997	9,9	2,3	7,6
1998	10,1	2,5	7,6
1999	15,6	2,8	12,8
2000	14,0	2,6	11,4
2001	23,8	2,5	21,3
2002	31,5	3,5	28,0
2003	40,6	3,2	37,4
2004	50,0	3,4	46,6

Fonte: ABIA.

Durante o período analisado, como mostra a Tabela 2, a exportação de produtos alimentares aumentou a uma taxa média anual de 22%, conforme a taxa geométrica de

crescimento. O saldo comercial, que em 2004 foi aproximadamente oito vezes maior do que era em 1995, comprova o crescimento do mercado e aceitação do produto brasileiro no mercado externo.

Os mercados atendidos pela indústria alimentícia nacional apresentam muitas diferenças em termos econômicos e culturais (Europa e Oriente Médio, por exemplo, são os principais compradores). Em razão disso, grande parte das vendas externas do setor refere-se a preparações alimentícias, isto é, produtos com maior grau de valor adicionado e que atendem às exigências de cada segmento consumidor.

Em 2004 o Brasil se tornou o maior exportador mundial de carnes (aves, suínos e bovinos). Segundo o Anuário da Pecuária Brasileira (ANUALPEC, 2005), o país aumentou suas vendas de 550 mil para 4,7 milhões de toneladas entre 1990 e 2004 e detém, atualmente, 27% do comércio mundial de proteínas animais. A competitividade do segmento de carnes brasileiro está baseada na disponibilidade de matérias-primas, menor custo de produção e boa organização da estrutura produtiva.

O Brasil reúne algumas características decisivas para o desempenho da indústria alimentícia: boas condições climáticas e disponibilidade de recursos naturais (que o deixam 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 os portos nacionais possuírem elevados preços, comparativamente aos de outros países. Há também a questão sanitária, ainda não totalmente resolvida, haja vista a descoberta recente de febre aftosa em algumas regiões do país.

1.2. Tendências recentes da indústria alimentícia

A estrutura da indústria de alimentos brasileira tem sido alterada nos últimos anos devido a uma série de transformações nos elementos constitutivos de sua cadeia produtiva. Algumas dessas mudanças serão descritas a seguir, baseado no estudo de NEVES (1999).

Dada a importância crescente do agronegócio para a economia do país, a produção rural se transformou numa atividade complexa, que exige aperfeiçoamento constante. É nítida a profissionalização dos produtores, o estreitamento das relações com o setor de insumos, de processamento e com os varejistas. No Brasil observa-se também o deslocamento das regiões produtoras de grãos, carnes, leite, café, arroz etc para o Centro-Oeste, resultando em aumento do tamanho médio das fazendas (pelo fato da terra ser mais barata naquela região). Como muitas dessas tendências não podem ser seguidas pela pequena produção, esta tem se dedicado a produtos diferenciados, mais adequados às exigências dos consumidores e, principalmente, pouco suscetíveis às economias de escala.

A indústria de insumos tem se posicionado no sentido de desenvolver tecnologias com alta relação benefício-custo, sempre com foco no consumidor final. Desta forma, a criação de uma nova variedade de grãos, por exemplo, passa a levar em conta não apenas sua produtividade, mas, também, seu potencial de retorno à agroindústria e sua adequação às exigências dos compradores.

Os agentes de distribuição do sistema agroalimentar, atacado e varejo, são os que mais facilmente identificam as tendências de consumo. Conhecem quem compra, quando, quanto e o que é comprado, informações importantes para as estratégias competitivas das empresas alimentares. Ademais, atacadistas e varejistas têm movimentado grande volume

de recursos financeiros. Segundo a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS, 2005), o setor, onde a maior parte das vendas de alimentos é realizada, obteve em 2004 um faturamento de R\$ 97,7 bilhões, respondendo por 5,5% do PIB do país.

Não obstante a importância dos demais agentes da cadeia de alimentos, são os consumidores os maiores responsáveis pelas mudanças na indústria alimentícia. O IBGE (2004) estima que a 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 – e a de renda mais alta – acima de R\$ 4000: a primeira gasta 32,6%, enquanto a segunda gasta 9,0%). De acordo com NEVES (1999), as estratégias empresariais modernas com respeito ao desenvolvimento e aperfeiçoamento de produtos levam cada vez mais em conta a segmentação dos mercados consumidores e procuram focar-se para melhor atendê-los.

A Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 do IBGE mostra que 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 (Tabela 4).

Tabela 4 – Quantidade anual *per capita* de alimentos adquiridos para consumo no domicílio pelos brasileiros, produtos selecionados, no período de 1974 a 2003 (em kg)

Produtos	Quantidade*			
	1974/75	1987/88	1995/96	2002/03
Arroz polido	31,571	29,725	26,483	17,110
Feijão	14,698	12,124	10,189	9,220
Batata inglesa	13,415	13,114	9,218	5,469
Pão francês	22,952	20,163	18,399	17,816

Iogurte**	0,989	1,140	0,732	2,910
Refrigerante de guaraná**	1,297	2,674	4,280	7,656
Alimentos preparados	1,706	1,378	2,718	5,398

Fonte: IBGE.

* Refere-se às regiões metropolitanas de Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Brasília-DF.

** As quantidades foram transformadas em kg, considerando volume igual a peso.

Conforme mostra a Tabela 4, a maior queda, entre os produtos selecionados, foi no consumo de batata inglesa, aproximadamente 46% em relação ao período de 1974/75. Por outro lado, o consumo de refrigerante de guaraná apresentou um crescimento de 490% no mesmo período. A baixa renda de grande parte da população faz com que os ganhos obtidos por programas sociais e pela estabilidade econômica dos últimos anos, sejam destinados à aquisição de produtos anteriormente restritos à população de maior renda.

Tem sido maior a preocupação dos consumidores quanto à origem dos produtos, presença de resíduos tóxicos e patogênicos e estado de conservação dos alimentos. Pesquisa recente da *AcNielsen Global Services* (AcNIELSEN, 2004) indica aumento da demanda por alimentos mais saudáveis, frescos, com menores teores de colesterol, gordura, sal entre outras substâncias indesejáveis. Essa tendência é confirmada pelo crescimento das vendas de alimentos *light* e *diet*³. Segundo RIBEIRO (2005), o setor

creceu mais de 300% nos últimos cinco anos, superando o ritmo de crescimento da indústria de alimentos convencionais; estima-se que 45,6% da população de classe média brasileira consome esse tipo de produtos.

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. Do total gasto com alimentos pelos brasileiros, verifica-se que os dispêndios com refeições fora do domicílio são 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%).

Os estudos da AcNIELSEN (2004) e ABRAS (2005) apontam para o crescimento da demanda por produtos de fácil preparo (ou semi-prontos), muitas vezes com embalagens individualizadas. Bolos industrializados, sucos prontos e carnes preparadas são exemplos de gêneros que tiveram suas vendas aumentadas nos supermercados do país nos últimos cinco anos. Essa é uma consequência da urbanização da população, da expansão dos lares com menor número de moradores e da crescente participação da mulher no mercado de trabalho.

Por fim, a abordagem do desenvolvimento sustentável de mercado também induz a mudanças na indústria alimentícia. Algumas firmas já se dedicam exclusivamente a produtos “ambientalmente limpos” (alimentos orgânicos, por exemplo, que são produzidos sem a utilização de agrotóxicos), buscando atender a consumidores cada vez mais exigentes no que se refere à saúde.

2. METODOLOGIA

2.1. Modelo Teórico

³ 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).

2.1.2. Teoria de Organização Industrial

Os estudos sobre Organização Industrial (OI) surgiram na década de 1930, a partir dos trabalhos de Hall e Hitch, Mason e Coase, entre outros. A teoria foi desenvolvida como uma reação a microeconomia tradicional e desde o início esteve relacionada a questões de política pública. De acordo com AZEVEDO (1998), os primeiros trabalhos de OI questionavam o princípio marginalista, segundo o qual a firma tinha como único objetivo a maximização do lucro, mediante o conhecimento de *suas* funções de custo e demanda. A nova visão considera a interdependência das ações da firma e de suas concorrentes na determinação das principais variáveis econômicas, como preço e produção.

Conforme FARINA *et al.* (1997), a preocupação central de análise da OI são as causas e conseqüências do poder de mercado. A teoria trata das estratégias competitivas das firmas em condições de interdependência oligopolista e seus efeitos sobre o ambiente competitivo (criação e manutenção de barreiras à entrada, expulsão de rivais efetivos e potenciais, exploração e extensão do poder de monopólio).

Uma das versões mais tradicionais de OI, 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).

Considerando os novos conceitos e relações que foram incorporados à Teoria de Organização Industrial, FARINA *et al.* (1997) propôs uma versão mais sofisticada do Paradigma ECD. Nesta 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 conduta das firmas, bem como seu desempenho, são determinadas simultaneamente, não existindo uma relação causal e unidirecional entre esses elementos.

No modelo proposto pela referida autora, estão presentes as seguintes variáveis: Ambiente Institucional, Ambiente Organizacional, Ambiente Tecnológico, Ambiente Competitivo e Estratégias Individuais. Segue abaixo uma breve descrição de cada uma dessas variáveis, conforme estudo de ROCHA JUNIOR (2001).

A operação e o desempenho de um mercado tem suas limitações influenciadas pelo conjunto de instituições que regulam a economia. Mercados eficientes são conseqüência do ambiente institucional que normatiza o sistema econômico e fornece meios para que os contratos sejam estabelecidos e cumpridos.

O ambiente organizacional é constituído 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 a coordenação das ações de seus membros. Há duas formas de coordenação: incentivo (instrumentos para agregar o grupo num interesse comum) e controle (fluxo de informação que a organização procura ter de cada um de seus integrantes).

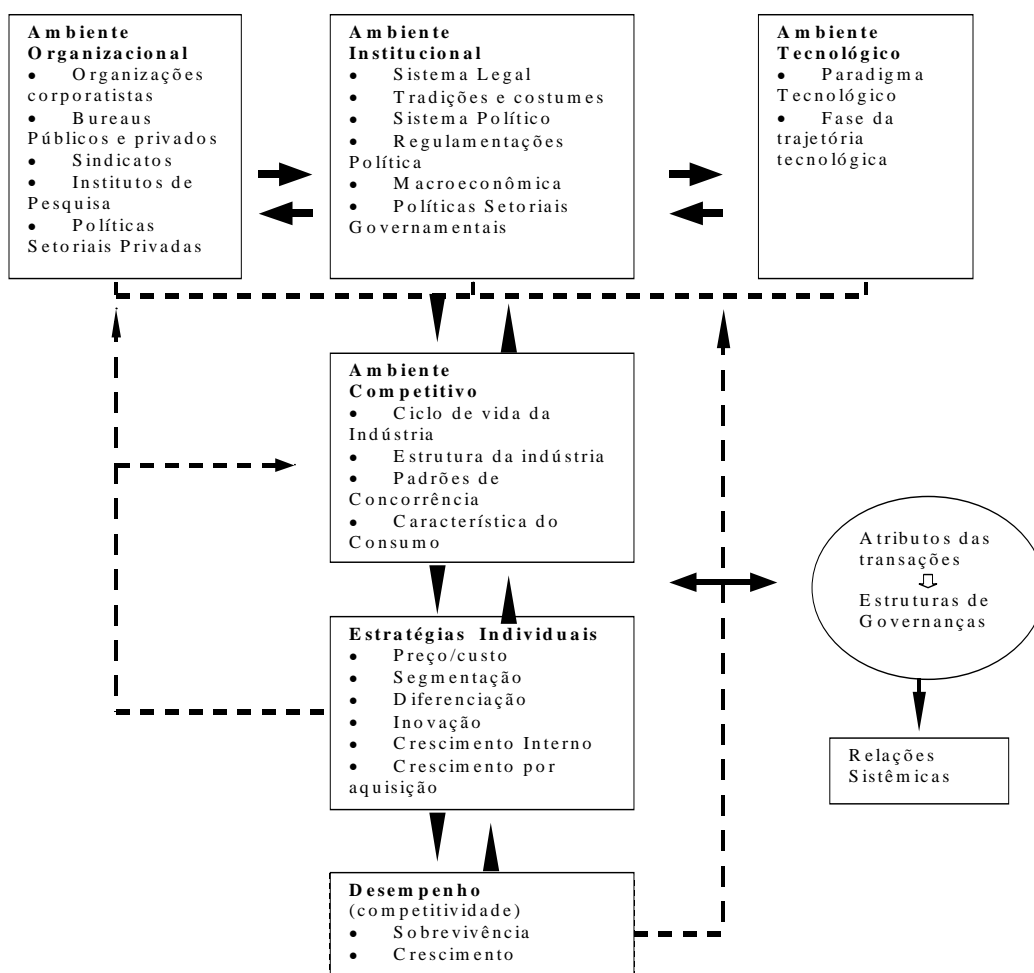
Paradigma e trajetória tecnológica são importantes pontos de referência na explicação das estruturas industriais. O ambiente tecnológico, que fornece a base técnica das atividades econômicas, é um dos principais elementos que influenciam a competitividade das organizações. Juntamente com os ambientes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

Firmas concorrentes se confrontam 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 de empresas no mercado e pelo padrão de concorrência entre as firmas.

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

FARINA *et al.* (1997) resume as relações entre as variáveis de seu modelo através da Figura 2.



Fonte: FARINA *et al.* (1997).

Figura 2 – O Moderno Paradigma Estrutura-Conduta-Desempenho.

Segundo a autora, no curto prazo os ambientes institucional, tecnológico e organizacional condicionam as estruturas de governança (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, alterando as estruturas de governança eficientes.

2.2. Modelo Analítico

2.2.1. Índices de Concentração Industrial

Utilizaram-se, nesse trabalho, os índices Razão de Concentração (CR_k) e Índice de Hirshman-Herfindahl (HHI), baseando-se na metodologia descrita por HOFFMANN (1991).

- **Razão de Concentração (CR_k)**

A razão de concentração das k maiores empresas calcula a proporção do valor total que é dominada por essas empresas pertencentes a um determinado setor (Equação 1):

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

em que k é o número de empresas analisadas e Y_i é a proporção de mercado pertencente à i -ésima empresa.

- **Índice de Hirshman-Herfindahl (HHI)**

O Índice de Hirshman-Herfindahl é definido de acordo com a Equação 2:

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

em que N é o número de empresas do setor e Y_i é a proporção do mercado pertencente à i -ésima empresa.

O valor máximo para HHI é observado numa situação em que o setor é constituído por uma única empresa, ou seja, é um monopólio ($HHI = 1$). O valor do índice aproxima-se de zero quando a produção setorial está dividida de maneira relativamente igualitária entre um grande número de empresas.

2.2.2. 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 outro. A metodologia aqui adotada, proposta por JOSKOW (1960), descreve o número de firmas que, no ano final do período considerado, permaneceram dentro do mesmo grupo, mudaram de posição ou saíram do mercado e/ou deixaram de ser registradas no *ranking* inicialmente delimitado (Tabela 5).

Tabela 5 – Dinâmica de posicionamento (*turnover*) de empresas do segmento exportador da avicultura brasileira

Grupo	Ano inicial	Ano final				TOTAL
	<i>Ranking</i>	Grupo A	Grupo B	Grupo...	Saiu	
A	(1 - 5)	2	1	...	2	5
B	(6 - 10)	1	3	...	1	5
...
TOTAL		3	4		3	10

Fonte: adaptado de JOSKOW (1960).

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1. Ambientes institucional, organizacional, tecnológico e competitivo

O setor de alimentos é caracterizado por grande heterogeneidade técnica, econômica e sócio-cultural, além de especificidades que variam conforme cada segmento que o constitui. Os vários sub-setores (laticínios, carnes, café, chocolates etc), apresentam atributos institucionais, organizacionais, competitivos e tecnológicos próprios e respondem a eles de modo diferenciado. O interesse nesta parte do trabalho reside em descrever os elementos comuns aos segmentos constitutivos da indústria alimentícia e identificar as influências de cada ambiente sobre os demais.

Existem regras que a indústria da alimentação deve observar, mas que são comuns aos demais setores da economia. ROCHA JUNIOR (2001) cita como exemplos as variáveis macroeconômicas, o código de defesa dos consumidores, a legislação ambiental, o sistema tributário e a cultura do povo brasileiro. Paralelamente, a desregulamentação da economia, a abertura comercial e a formação do Mercosul são elementos recentes que tornaram ainda mais complexo o ambiente institucional.

O Decreto-Lei número 986 de 1969 institui normas básicas sobre alimentos. Para fins de padronização, dá definições de termos como alimento, matéria-prima alimentar, alimento *in-natura*, dietético, enriquecido etc. Refere-se, de maneira geral, a padrões de identidade e qualidade, embalagens, rótulos e fiscalização. De acordo com essa norma, todo alimento somente poderá ser direcionado à venda ou exposto ao consumo depois de registrado⁴ no órgão competente do Ministério da Saúde.

Ao longo dos anos, os dispositivos legais relacionados à área de alimentos foram ampliados e modernizados. Desenvolveram-se regras específicas para os temas presentes no Decreto-Lei 986 (identidade/qualidade, rotulagem, embalagens etc). Em 1999 foi criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que tem como um de seus objetivos o aperfeiçoamento das ações de controle sanitário no campo alimentício.

Para produzir e comercializar alimentos é preciso seguir as instruções do *Manual de Procedimentos Básicos para Registro e Dispensa da Obrigatoriedade de Registro de Produtos Pertinentes à Área de Alimentos* (Resolução número 23 de 2000/Anvisa). Segundo o manual, todo alimento deve ser produzido de acordo com um *Padrão de Identidade e Qualidade* ou *Regulamento Técnico* previamente estabelecidos. A solicitação de registro deve ser efetuada pela firma interessada junto ao Órgão da Vigilância Sanitária onde a empresa esteja localizada. Os estabelecimentos produtores devem ser inspecionados e licenciados e o registro é válido por cinco anos.

Certos alimentos, como aqueles com restrição de nutrientes (carboidratos, proteínas, gorduras etc) ou destinados a grupos populacionais específicos (gestantes, crianças, idosos etc), estão sujeitos ao *Regulamento Técnico Referente a Alimentos para Fins Especiais* (Portaria número 29 de 1998/Anvisa). Este regulamento fixa a identidade e características mínimas de qualidade a que devem obedecer os referidos produtos.

Com relação à rotulagem de seus produtos, a indústria alimentícia brasileira segue as resoluções aprovadas pelo Grupo Mercado Comum (GMC). O GMC é um órgão do Mercosul que, entre outras atribuições, procura facilitar o comércio entre os países formadores do bloco (Brasil, Paraguai, Argentina e Uruguai). Segundo as normas, a

⁴ Registro: é o ato legal que reconhece a adequação de um produto à legislação vigente, formalizado por meio de publicação no Diário Oficial da União.

informação nutricional é obrigatória em todos os rótulos e deve conter o valor energético do alimento, bem como a quantidade de alguns nutrientes (carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans, fibra alimentar e sódio); também é obrigatória a informação do prazo de validade.

Alimentos que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados⁵, que contenham glútem⁶ ou que sejam orgânicos⁷, entre

outros, possuem legislação específica. Em certos casos são necessárias informações nutricionais adicionais, embalagens diferenciadas ou certificados de adequação ou qualidade.

A adequação de produtos e linhas de produção à legislação requer mão-de-obra qualificada e aperfeiçoamento constante. O desenvolvimento e registro de produtos novos são processos dispendiosos uma vez que a empresa interessada deve criar um Padrão de Identidade e Qualidade que apresente referências internacionais. Esses elementos do ambiente institucional interferem sobremaneira na competitividade e organização das firmas, podendo, inclusive, comprometer seu desenvolvimento tecnológico. Além disso, constituem-se em barreiras à entrada de novas firmas, afetando o ambiente competitivo.

Os altos de custos de concepção, registro e difusão de novos produtos explicam a formação de alianças entre empresas da indústria alimentícia. Essa tendência, iniciada no final da década de 1980, criou maior integração comercial e técnico-produtiva entre processadores primários e produtores de produtos alimentícios finais. Através desses acordos, as firmas passaram a externalizar as atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e publicidade e propaganda (P&P), minimizando riscos e repartindo custos totais.

Segundo MARTINELLI JUNIOR (1997), o resultado dessa aproximação foi a dependência e especialização produtiva entre as empresas de alimentos e de consumo final e fornecedores de matérias-primas. Criou-se, assim, uma estrutura de oferta bastante concentrada, cujo padrão concorrencial baseia-se crescentemente em barreiras à entrada de natureza tecnológica e na apropriação de sobrelucros, inclusive de natureza cartelizada.

Outra implicação das parcerias entre empresas é a consideração de que a indústria de alimentos seja pouco inovativa. Entretanto, DOMINGUES e FURTADO (2003) consideram que o dinamismo tecnológico da indústria pode estar sendo subestimado, uma vez que muitos gastos com P&D realizados em outros setores estão fortemente atrelados à produção alimentar através de contratos entre firmas. Pode-se afirmar que o desenvolvimento da moderna indústria alimentícia deve-se ao conjunto de progressos tecnológicos ocorridos no setor farmacêutico, químico, de bens de capital, de embalagens, produtos microeletrônicos, entre outros.

Em função da proximidade com outros setores, predomina na indústria de alimentos as inovações de *processo*, desenvolvidas externamente. Essas inovações também são, em sua maioria, de caráter *incremental*, ou seja, com características inovadoras em relação a produtos ou processos já existentes. Por esses elementos, pode-se classificar o setor como tomador de inovações, num contexto de difusão de tecnologia (CABRAL, 2005).

O desenvolvimento tecnológico do setor também é afetado por mudanças sócio-econômicas, especialmente as ocorridas nos padrões de consumo e níveis de renda.

⁵ Organismos Geneticamente Modificados: organismos que, através de técnicas da Engenharia Genética, tiveram sua estrutura natural alterada a fim de obter características específicas (ANVISA, 2005).

⁶ Glútem: é o nome dado a um conjunto de proteínas presentes no trigo, aveia, cevada, malte e centeio (ANVISA, 2005).

⁷ Alimento Orgânico: produzido sem a utilização de agrotóxicos e/ou adubos de síntese química (ANVISA, 2005).

Contudo, a heterogeneidade da indústria faz com que cada segmento responda de forma diversa a tais mudanças. Além do mais, o grande número de estabelecimentos que caracterizam o setor e a coexistência de empresas com tamanhos variados, faz com que possam ser encontradas unidades produtivas operando em distintos estágios tecnológicos (DOMINGUES e FURTADO, 2003).

Segundo CABRAL (2005), a trajetória tecnológica da indústria de alimentos é motivada por estímulos de mercado, isto é, a criação de demanda direciona as inovações do setor. Desse modo, a tecnologia é utilizada para agregar valor aos produtos e fortalecer a posição das empresas frente às ações de competidores.

O padrão concorrencial das atividades alimentares é conformado, predominantemente, pelas características dos produtos (e seu potencial de diferenciação/inovação), pelas economias de custos, escala e escopo e por ativos

intangíveis das empresas (marcas, por exemplo). De acordo com MARTINELLI JUNIOR (1998), as particularidades dos produtos quanto aos seus atributos, finalidades e mesmo quanto à sua representatividade simbólica para os consumidores constituem-se efetivas barreiras à entrada.

Para FARINA e ZYLBERSZTAJN (1991), as empresas de alimentos são capazes de criar necessidades e moldar a demanda de mercado para seus produtos através de ações mercadológicas. Em razão disso, uma das principais ações realizadas pelas firmas para manterem-se competitivas é a implementação de políticas de diferenciação/inovação de produtos. Entretanto, conforme MARTINELLI JUNIOR (1998), ao lançamento de um produto, as empresas têm que assumir os custos de persuadir os consumidores ao novo produto ou à mudança de marca, para o caso de existir artigos semelhantes no mercado. Posteriormente, há os custos de P&D em que a firma deve incorrer para manter-se competitiva e/ou ampliar seu *market-share*.

Num sentido amplo, o ambiente competitivo pode ser alterado pela evolução tecnológica e pelos valores sócio-culturais existentes nos mercados. Uma influência expansiva foi o desenvolvimento de certas tecnologias que ampliaram as linhas de pratos congelados, pré-cozidos etc, além de aumentar a vida útil de muitos produtos. De modo oposto, destaca-se a influência negativa exercida por valores sócio-culturais que, muitas vezes, podem rejeitar as estratégias de crescimento das empresas (MARTINELLI JUNIOR, 1998).

A consolidação dos supermercados como principal local de compras de alimentos e a maior oferta de marcas próprias pelos varejistas, ampliaram a competição por espaços no mercado (DOMINGUES e FURTADO, 2003). As firmas líderes, a fim de manter sua posição, buscaram redução de custos, principalmente via economias de escala; concomitante, passaram a diversificar sua linha de produtos, caminhando para a estrutura de conglomerados. Por um lado, o somatório desses fatores induziu a uma crescente concentração na indústria de alimentos, mas redução do poder de monopólio por outro.

Considerando as especificidades existentes nas diversas atividades alimentares, pode-se perceber que os elementos de cada ambiente interferem nos demais. Ao mesmo tempo em que o ambiente institucional condiciona e molda as ações dos agentes, a tecnologia é condição suficiente para a competitividade, senda esta, muitas vezes, determinada pela estrutura organizacional da indústria. A forma como essas relações se desenvolvem nos mercados alimentícios faz com que predomine neles formas tradicionais de concorrência oligopólica.

3.2. Índices de Concentração e análise de *turnover*

Para caracterizar a estrutura da indústria alimentícia brasileira, foram mensuradas as parcelas de mercado controladas pelas 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. Os dados da Tabela 6 representam os cálculos da Razão de Concentração (CR4 e CR8) com base nas vendas (US\$/milhões) das empresas do setor de alimentos nacional; o índice HHI corrobora os resultados encontrados pelos dois primeiros.

Tabela 6 – Principais índices de concentração industrial da indústria alimentícia brasileira no período de 1992 a 2004

Ano	CR4	CR8	HHI
1992	0,2782	0,4047	0,0333
1993	0,2843	0,4215	0,0342
1994	0,2881	0,4197	0,0340
1995	0,3290	0,5046	0,0454
1996	0,3229	0,4811	0,0456
1997	0,3543	0,5045	0,0477
1998	0,3540	0,5113	0,0480
1999	0,3635	0,5208	0,0480
2000	0,3964	0,5498	0,0535
2001	0,4023	0,5383	0,0533
2002	0,4427	0,5856	0,0621
2003	0,4489	0,6227	0,0660
2004	0,3991	0,5432	0,0524

Fonte: dados da pesquisa.

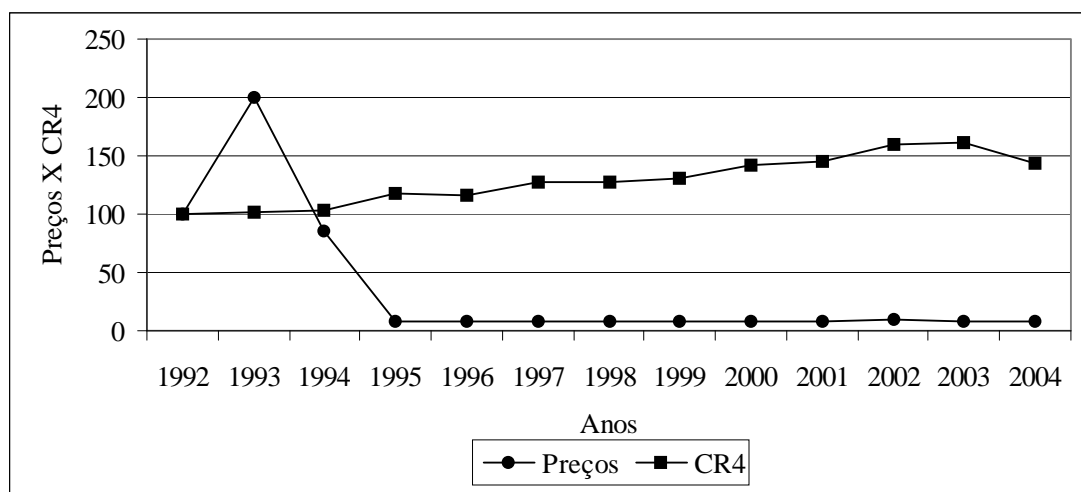
Os dados da Tabela 6 indicam que houve um aumento da concentração nos três índices calculados. A parcela de mercado dominada pelas quatro principais empresas passou de 27,8% em 1992 para aproximadamente 40% em 2004, um crescimento de 43,45%. Os índices CR8 e HHI apresentaram comportamento semelhante em relação ao mesmo intervalo, porém em diferentes proporções. Mesmo com a tendência geral de crescimento da concentração, ao longo do período considerado houve quedas, sendo a mais significativa entre 2003 e 2004 (cerca de 11%).

Esse aumento na concentração está relacionado às transações de fusões e aquisições (F&A) que, a partir da década de 1990, passaram a ter maior importância mundialmente. Nessa época, o setor de alimentos deu início a um processo de reestruturação, com a entrada de grande volume de investimentos estrangeiros, sendo a maior parte sob a forma de aquisições de empresas brasileiras. Entre 1992 e 2004, conforme dados da KPMG (2005), a indústria alimentícia foi o setor que mais empreendeu F&A, com 388 casos, ou seja, 11,4% do total nacional.

Uma importante consequência das F&A nesta indústria foi a criação de conglomerados alimentícios, praticamente inexistentes até 1990. Segundo MARTINELLI JÚNIOR (1997), as maiores firmas de alimentos deixaram de ter estratégias competitivas

de oligopólio multidoméstico e passaram a adotar aquelas mais próprias do oligopólio mundializado, isto é, atendendo às necessidades globais.

Um dos principais prejuízos para a sociedade, decorrente da utilização do poder de mercado por parte das firmas de uma indústria concentrada, é a prática de preços muito altos. A Figura 3 mostra uma comparação entre a evolução dos preços de alimentos e a parcela de mercado detida pelas quatro empresas líderes do setor alimentício brasileiro entre 1992 e 2004.



FONTE: Preços: INPC/IBGE, com dados trabalhados pelo autor; CR4: dados da pesquisa.
 Figura 3 – Variações percentuais no nível de preços de alimentos e na CR4, período de 1992 a 2004 (ano base 1992).

De acordo com a Figura 3, no período considerado não houve um relacionamento direto entre o aumento da concentração no mercado alimentício e o nível de preços. Entre 1992 e 2004, o índice de preços de alimentos e bebidas caiu aproximadamente 92%, enquanto a concentração no setor aumentou 43,45%. Esse resultado está relacionado ao crescente poder de mercado dos supermercados, principal local de venda de alimentos industrializados. As grandes redes varejistas, além do lançamento de marcas próprias, pressionam a indústria alimentícia por preços mais baixos.

A Tabela 7 apresenta a dinâmica de posicionamento das firmas da indústria alimentícia do Brasil. A análise foi realizada para as quinze maiores empresas do setor em 1992, acompanhando as mudanças no *ranking* até 2004.

Tabela 7 – Análise de *turnover* das quinze maiores empresas da indústria alimentícia brasileira, entre 1992 e 2004

1992		Empresas por <i>ranking</i> 2004			Saiu ou não foi registrada entre as 15 maiores
Grupo	<i>Ranking</i>	Grupo A	Grupo B	Grupo C	

A	(1 - 5)	3	0	0	2
B	(6 - 10)	1	0	0	4
C	(11 - 15)	0	0	0	5

Fonte: dados da pesquisa.

Segundo a Tabela 7, houve significativas mudanças no posicionamento das empresas entre os anos de 1992 e 2004. Três firmas se mantiveram no grupo A e duas deixaram de ser registradas. Uma empresa do grupo B ascendeu para o A e as demais não foram contabilizadas entre as quinze maiores. O grupo C mostrou-se bastante instável, uma vez que todas as suas empresas perderam posições no *ranking*. Cabe acrescentar que

algumas das firmas que saíram do horizonte da análise de *turnover* foram adquiridas ou se fundiram a grupos maiores.

4. CONCLUSÕES

A indústria alimentícia brasileira vem passando, desde o início dos anos 1990, por um processo de reestruturação produtiva. Houve uma grande quantidade de investimentos estrangeiros e várias pequenas/médias empresas foram adquiridas por grupos estrangeiros. As firmas passaram a adotar estratégias mais voltadas para as exigências globais.

O processo de F&A fez com que as parcelas de mercado das firmas líderes aumentasse ao longo dos últimos anos. Mas esse crescimento não tem se traduzido em prejuízos para o consumidor. No mesmo período em que ocorreu a concentração de mercado, 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 empresas, afinal cada uma delas possui parcelas relativamente igualitárias do mercado. Elas competem ainda com as grandes redes de supermercados que, além de lançarem marcas próprias continuamente, usam seu poder de mercado nas negociações de preços.

Os resultados encontrados nesse trabalho não invalidam a proposição de que a indústria alimentícia seja um segmento oligopolizado da economia brasileira. Por ser um setor heterogêneo, a concentração “moderadamente baixa” e a suposta não utilização do poder de mercado, devem ser vistos como uma média.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO – ABIA. **Indústria da Alimentação – principais indicadores econômicos** ([http://www.abia.org.br/Ficha Técnica.pdf](http://www.abia.org.br/Ficha_Técnica.pdf), acesso em 28/03/2005).

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS – ABRAS. **Líderes de vendas** (http://www.abrasnet.com.br/super/index_outrased.asp, acesso em 18/10/2005).

ACNIELSEN GLOBAL SERVICES. **Os produtos mais quentes do mundo: informações sobre o crescimento de categorias de alimentos & bebidas em 2004** [http://www.acnielsen.com.br/publicacoes/alimentos e bebidas 2004.pdf](http://www.acnielsen.com.br/publicacoes/alimentos_e_bebidas_2004.pdf), acesso em 18/10/2005).



- ANUÁRIO DA PECUÁRIA BRASILEIRA – ANUALPEC. **Anuário 2005**. São Paulo: FNP – Consultoria & Agroinformativos, 2005.
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. **Alimentos**. (<http://www.anvisa.gov.br/alimentos/legis/index.htm>, acesso em 29 de ago. de 2005).
- AZEVEDO, P. F. Organização Industrial. In: PINHO, D. B., VASCONCELLOS, M. A. S. (Org(s)). **Manual de Economia**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, p. 195-222, 1998.
- BIRCHAL, S. O. **Empresa e Indústria Alimentícia no Brasil**. (<http://www.ceae.ibmecmg.br/wp/wp17.pdf>, acesso em 25/03/2005)
- CABRAL, J. E. O. **Natureza da Inovação Tecnológica na Indústria de Alimentos do Brasil**. (http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0351_Artigo%20iberoamerican%20Natureza%20da%20Inovacao%20Tecnologica%20na%20Industria%20de%20Alimentos%20do%20Brasil.pdf, acesso em 02 de set. de 2005).
- DOMINGUES, S. A.; FURTADO, A. T. **Uma Reflexão Sobre as Atividades Tecnológicas do Setor de Alimentos**. (http://www.sober-ipc.com.br/ipc/arquivos_2003/001.pdf, acesso em 30 de ago. de 2005).
- FARINA, E.M.M.Q.; SAES, M.S.; AZEVEDO, P.F., **Competitividade: Mercado, Estado e Organizações**. São Paulo: Pioneira, 1997. 286p.
- FARINA, E. Q. M.; ZYLBERSZTAJN, D. Relações Tecnológicas e Organização dos Mercados do sistema agroindustrial de Alimentos. **Cadernos de Ciência e tecnologia**, v. 5, n.1/3, p. 9-27, 1991.
- FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus, 1995, 386 p.
- FERREIRA JÚNIOR, S. **Ajustamentos na agroindústria de segundo processamento de trigo no Brasil, de 1995 a 2001**. Viçosa: UFV, 2003. 68 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Universidade Federal de Viçosa, 2003.
- HOFFMANN, R. **Estatística para Economistas**. São Paulo: Pioneira, 1991. 426p.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Banco de dados agregados**. (<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/precos/default.asp?t=2&z=t&o=17&u1=1&u2=1&u3=1>, acesso em 09/03/2005).
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA e ESTATÍSTICA – IBGE. **Notícias**. (<http://www.ibge.gov.br>, acesso em 09/03/2005).



- 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. 276p.
- 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** (http://www.kpmg.com.br/publicacoes/fusoes_aquisicoes, acesso em 18/01/2005).
- MACEDO, M. A. S.; SOUZA, M. A. F. **Avaliação de eficiência organizacional no setor de alimentos: uma contribuição à gestão industrial.** (<http://simpep.feb.unesp.br/anais10/gestaoestrategicaorganizacional/arq14.pdf>, acesso em 02/07/2004).
- MARTINELLI JUNIOR, 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 JUNIOR, 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. 264 p.
- NEVES, M. F. **Um modelo para planejamento de canais de distribuição no setor de alimentos.** São Paulo: USP, 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.
- RIBEIRO, F. Preços com calorias a mais: brasileiro aumenta consumo de alimento *light*, mas o valor do mesmo produto varia até 75%. **O Globo**. Rio de Janeiro, 24 julho 2005. Economia, p. 29-30.
- ROCHA, S. **Renda e pobreza: os impactos do Plano Real.** In: Texto para Discussão n. 439, IPEA, 1996.
- ROCHA JÚNIOR, W. F. **Análise do Agronegócio da Erva-Mate com o Enfoque da Nova Economia Institucional e o Uso da Matriz Estrutural Prospectiva.** Florianópolis: UFSC, 2001. 110 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.



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, IPEA, 1999.

SILVA, F. M. **Impactos da Lei dos Medicamentos Genéricos sobre a Estrutura de Mercado e a Conduta da Indústria Farmacêutica no Brasil.** Viçosa: UFV, 2004. 71 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Universidade Federal de Viçosa, 2004.

SUZIGAN, W. **Indústria Brasileira: origens e desenvolvimento.** São Paulo: Hucitec/Ed. da Unicamp, 2000. 420 p.