



**ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DO MERCADO EXPORTADOR
BRASILEIRO DE CAFÉ**

**COMPETITIVENESS ANALYSIS OF THE BRAZILIAN COFFEE EXPORT
MARKET**

Alison Geovani Schwingel Franck: Graduando de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, Brasil. Bolsista de Iniciação Científica do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E-mail: alischfranck@hotmail.com. Fone de contato: (55) 91441917.

Mygre Lopes da Silva: Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da UFSM, Santa Maria, Brasil. Bolsista de mestrado da Fundação de Amparo à pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS). E-mail: mygrelopes@gmail.com.

Rodrigo Abbade da Silva: Mestrando do PPGA da UFSM, Santa Maria, Brasil. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES). E-mail: abbaders@gmail.com.

Daniel Arruda Coronel: Professor Adjunto do PPGA da UFSM, Santa Maria, Brasil. Diretor da Editora da UFSM. E-mail: daniel.coronel@uol.com.br. Homepage: www.daniel.coronel.com.br.

Resumo:

O objetivo deste trabalho é o de analisar a competitividade do mercado exportador brasileiro de café, em relação à Alemanha e aos Estados Unidos, através dos índices de Orientação Regional (IOR) e de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR). Para isso, foram utilizados dados do Sistema de análise das Informações de Comércio Exterior (ALICE WEB) e da *United Nations Commodity Trade Statistics Database*- UNCOMTRADE, para o período de 2000 a 2014. Os resultados indicaram que as exportações brasileiras de café foram orientadas para a Alemanha, em todo o período, e para os Estados Unidos, a partir de 2006. Ressalta-se

que estas orientações são crescentes para ambas as regiões. Porém, o mercado alemão é mais representativo. Além disso, o país apresenta vantagens comparativas na sua exportação, porém estas são decrescentes devido ao crescimento das exportações de café de outras regiões, do baixo valor agregado do produto exportado pelo Brasil, bem como da existência de barreiras tarifárias e não tarifárias.

Palavras-chave: Café; Exportações; Indicadores de Competitividade.

***Abstract:** The objective of this study is to analyze the competitiveness of the Brazilian coffee export market, in relation to Germany and the United States, through the analysis of the Regional Orientation Index (ROI) and the Revealed Comparative Advantage Index (RCAI). In order to do this, data were obtained from the analysis system of the Foreign Trade Information (ALICE WEB) and from the United Nations Commodity Trade Statistics Database- UNCOMTRADE, regarding the period from 2000 to 2014. The results indicated that the Brazilian coffee exports were directed to Germany, throughout the period, and to the United States, from 2006. It is noteworthy that these guidelines are growing for both regions. However, the German market is more representative. In addition, the country presents comparative advantages in their exports. However, these are decreasing due to the growth of coffee exports from other regions, and also due to the low added value of the product exported by Brazil, as well as the existence of tariff and non-tariff barriers.*

***Keywords:** Coffee; exports; Competitiveness indicators.*

1 INTRODUÇÃO

O café foi originado na África e teve seu consumo difundido pela Europa devido aos seus efeitos medicinais. A cultura cafeeira foi inicialmente introduzida no Brasil no início do século XVIII. No final do século XIX, o país já produzia 75% de toda a oferta mundial de café. No início do século XX, as exportações de café chegaram a representar 76% da pauta de exportação brasileira, em seu ápice, em 1924. A expansão da cultura cafeeira brasileira limitou-se devido à baixa elasticidade-preço da demanda do café (FURTADO, 1986; BACHA, 2004).

Contudo, apesar dos problemas de superprodução indicados pela história econômica, o Brasil é o maior produtor mundial de café, com participação de 32,16% no total produzido em 2014. O segundo maior produtor mundial de café é o Vietnã, com participação de 18,44% na produção mundial no mesmo ano (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ- ABIC, 2015a).

O Brasil é o principal exportador mundial de café, com participação de 32,22% no total exportado, em 2014, seguido pelo Vietnã, com 15,79% (ABIC, 2015b). No caso brasileiro, pode-se ressaltar que os principais destinos do café são Alemanha e Estados Unidos, os quais representam, conjuntamente, 38,75% das exportações brasileiras totais de café (ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES DE COMÉRCIO EXTERIOR- ALICE WEB, 2015).

A competitividade brasileira em produtos do agronegócio como o café, por exemplo, deve-se à combinação de importantes fatores, tais como o clima propício, o investimento em tecnologia, a disponibilidade de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, além do aproveitamento da mesma área para diversificar a produção (FRIES et al., 2013).

Neste sentido, delineia-se como objetivo da pesquisa analisar a competitividade das exportações brasileiras de café para Alemanha e Estados Unidos, no período de 1999 a 2014. A análise pretende identificar o grau de dependência entre os mercados produtor, Brasil, e consumidor, Alemanha e Estados Unidos, bem como oferecer sugestões político-econômicas que aumentem as exportações brasileiras de café para estes mercados.

Além disso, a pesquisa visa contribuir com o debate acadêmico no que diz respeito às teorias de vertente clássica e neoclássica, nas economias em desenvolvimento, devido aos padrões de especialização do comércio internacional.

Este trabalho está estruturado em cinco seções, além desta introdução. Na segunda seção, é apresentado o referencial teórico; na seção seguinte, tem-se a análise do mercado; na quarta e quinta seções, encontram-se os aspectos metodológicos e a análise dos resultados, respectivamente, e, na última, as conclusões.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A partir da década de 1990, as economias procuraram se abrir mais ao comércio internacional, no contexto da globalização e da liberalização comercial, buscando a concorrência internacional. E é neste meio que se busca entender a temática da competitividade entre nações. Como rivais comerciais, os mercados globais tiveram a preocupação de adequar não só governos como também os segmentos produtivos organizados e empresas a esta condição de ser competitivo. Tal acirramento da competitividade fez com que se reascendesse o pensamento de qual seriam os determinantes da competitividade e das adaptações em base conceitual em torno das teorias do comércio internacional.

Adam Smith, em sua teoria sobre as vantagens absolutas, propõe que o comércio internacional tem ganhos positivos para os países intervenientes em trocas. A abertura ao exterior conduz à vantagem da livre troca, e esta é importante para ambos os parceiros de uma transação e também para a economia mundial, visto que gerará aumento global da riqueza. Como “vantagem absoluta”, Adam Smith considerou que cada país deve especializar-se (completamente) no(s) produto(s) em que tem vantagem(ns) absoluta(s) em termos de custos (ou produtividade), ou seja, em que o número de horas de trabalho requerido para a sua produção é menor. Assim, cada país acabaria por produzir (e exportar) não todo tipo de produto, mas sim exportar os produtos em que têm maior produtividade e eficiência e comprar (importar) aqueles em que os outros são melhores. Adam Smith falhou ao não considerar que um país ineficiente em termos absolutos em ambos os bens não poderia participar no comércio internacional (SMITH, 1985).

Com certa objeção à teoria de Adam Smith, a teoria do economista David Ricardo, popularmente conhecida como “ricardiana”, a chamada “Teoria das Vantagens Comparativas”, infere que, mesmo que um país apresente maior eficiência na produção de ambos os bens, poderá haver vantagens com a livre troca para ambos os países intervenientes na troca, visto que um país tem uma vantagem comparativa na produção de um bem quando o custo de oportunidade de o produzir é menor do que noutros países. Assim, e graças ao

comércio internacional, duas nações ficarão numa melhor situação do que aquela que teriam em autarquia devido aos ganhos do comércio (RICARDO, 1983).

A teoria ricardiana pressupõe que ganhos em trocas internacionais dependem da capacidade que certo país tem em produzir os bens nos quais, comparativamente entre si, a produtividade do trabalho fosse maior, ainda que em determinada situação de menor custo na produção de diferentes produtos, o comércio exterior seria mais vantajoso por possibilitar a melhor e mais eficiente alocação de recursos de um país, e, por conseguinte, obter vantagens comparativas com aumento na produção e na renda dos países envolvidos na troca (RICARDO, 1983).

Seguindo os princípios de David Ricardo das vantagens comparativas, economistas como Eli Heckscher e Bertil Ohlin acabaram traçando uma rota própria de pensamento acerca dos fatores de produção, segundo a qual os países acabam conseguindo vantagens no comércio internacional naquela atividade que mais demonstra capacidade para realizar, ou seja, na atividade na qual cada país se especializou e na qual os fatores mais abundantes em questão econômica fossem mais exaustivamente explorados (HELPMAN, 1981).

A explicação do comércio assim concebida é relevante à medida que os países se diferenciam entre si em termos de produção e das atividades produtivas. Em última instância, a teoria de Heckscher e Ohlin tem maior ligação ao comércio interindustrial típico das relações norte – sul que predominaram até a década de 1980. A evolução industrial de muitas economias no hemisfério Sul ocorreu simultaneamente à ascendente mobilidade internacional de capital e à propagação de estruturas de mercado concentradas. Isto propiciou várias hipóteses sobre teorias de comércio e competitividade (HELPMAN, 1981).

Michael Porter observou que a competitividade de um país depende da capacidade de tal país em inovar e melhorar. As empresas acabam conquistando uma posição de vantagem em relação aos melhores competidores do mundo em razão das pressões e dos desafios e se beneficiam da existência de rivais internos poderosos, de uma base de fornecedores nacionais agressivos e de clientes locais exigentes. Assim, num mundo de competição global, vantagem competitiva é gerada e sustentada através de um processo altamente localizado à medida que as diferenças nos valores nacionais, a cultura, as estruturas econômicas, as instituições e a história se tornam fatores contribuintes para o êxito competitivo. Em todos os países, constatam-se padrões de competitividade díspares, e ainda nenhum país é capaz de competir em todos e nem mesmo na maioria dos setores. Em última

análise, o êxito é alcançado em determinados setores porque o ambiente doméstico é mais progressista, dinâmico e desafiador (PORTER, 1999).

Krugman manifestou-se em contraposição à preocupação pela competitividade esboçando que a ideia de que o sucesso econômico de um país seja, em grande parte, determinado por seu desempenho no mercado mundial é uma hipótese, não necessariamente uma verdade. Para o mesmo, a ideia de que as nações do mundo estejam, em algum sentido, competindo economicamente entre si ou que qualquer de seus grandes problemas econômicos possa ser atribuído à incapacidade de competir no mercado mundial é uma inverdade. Krugman salienta que o que existe no aspecto competitividade são vantagens temporárias, baseadas em lideranças tecnológicas, experiências acumuladas e economias de escala, as quais tomam o progresso técnico e as formas de concorrência como elementos explicativos da formação e transformação da estrutura industrial dos diversos países e sua consequente inserção internacional. O autor ainda alerta sobre o excesso de gastos com o protecionismo, as guerras comerciais e as políticas equivocadas, com o propósito de aumentar a competitividade, aos quais regem, à segunda vista, alguns potenciais setores que se voltam apenas para o mercado interno (KRUGMAN, 1997).

Já Haguenuer interpretou a competitividade sob o ponto de vista do desempenho, da eficiência, do preço e da qualidade, da tecnologia, dos salários e da produtividade, enfatizando desempenho, eficiência e tecnologia e sua influência na performance no comércio internacional (HAGUENAUER, 2012).

As ideias de Krugman (1997) e Haguenuer (2012) parecem se distanciar nos pontos de vista, já que, para o primeiro, as nações do mundo não competem entre si, não existe competição assim como é vista através do fator desempenho (tal competição é hipotética), e as vantagens temporárias embasam uma competitividade potencial ou estrutural, e, para o segundo, a competitividade passa a ser vista sob o foco do comportamento da firma e do ambiente empresarial no contexto de suas respectivas atividades, incorporando elementos conjunturais ou de política econômica que só têm sentido no conceito desempenho.

Vieira afirma que, quanto à competitividade, os países, para atingirem um equilíbrio, devem encontrar um meio termo entre serem uma economia de proximidade e uma economia de globalidade. Proximidade e globalidade devem ser entendidas como dimensões de orientações econômicas: economia de proximidade é aquela voltada ao mercado local, àquelas empresas que fornecem bens e serviços de apoio ao consumidor e criam valor acrescentando a um nível muito próximo do consumidor final (VIEIRA, 2002).

Ao contrário, na chamada economia global, encontram-se empresas que operam para o mercado externo e a sua localização depende das vantagens competitivas que possam obter. Na gestão da competitividade, algumas regiões dependem dos recursos que possuem e outras baseiam a sua competitividade na especialização em processos produtivos. Os dois aspectos (proximidade e globalidade) podem entrar em conflito, mas o segredo para uma sociedade realmente competitiva é encontrar o equilíbrio entre eles (VIEIRA, 2002).

Por fim, Pinheiro e Horta abordam a competitividade a partir de três visões diferentes, as quais têm como critérios três visões econômicas: a visão desempenho, a visão macro e a visão eficiência (PINHEIRO; HORTA; 1992).

Pela perspectiva da visão desempenho, quanto maior for a participação no mercado internacional, mais competitivas serão as exportações do país. Na visão macro, avalia-se que variáveis de política econômica, principalmente a cambial (taxa de câmbio) e fiscal (subsídios), podem ser usadas como mecanismos de aumento da competitividade das exportações. E, na chamada visão eficiência, associa-se a competitividade das exportações à capacidade de um país de produzir bens com níveis de eficiência e qualidade superiores aos seus competidores no mercado (PINHEIRO; HORTA; 1992).

Assim, as exportações brasileiras de café para a Alemanha e os Estados Unidos terão comparadas suas competitividades através da análise da orientação do comércio, realizada por meio do Índice de Orientação Regional (IOR), na medida em que a competitividade propriamente dita será feita por meio da medida do Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR). O IOR sinalizará a capacidade brasileira de inserção do produto café nos dois grandes mercados consumidores (EUA e Alemanha) e o IVCR irá indicar se o país apresenta vantagem comparativa no comércio do produto, mostrando sua participação na pauta exportadora nacional.

3. BREVE ANÁLISE DO MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉ

O café é um dos produtos primários de maior valor e dinamismo comercial. Desde o seu cultivo até o processamento e conseqüente comércio, transporte e *marketing*, um grande número de empregos é gerado e renda é produzida para milhões de pessoas, sendo considerado, portanto, um produto estratégico para seus principais produtores. Dentre tais principais produtores destacam-se países latino-americanos, como Colômbia e Brasil, países asiáticos, como Vietnã e Indonésia, dentre outros (AGRIANUAL, 2011).

Os principais produtos da *comoditty* café comercializados internacionalmente são o café em grão verde, seja ele do tipo arábico ou robusta, e o café solúvel. O café torrado e o café torrado e moído não participam de forma expressiva do comércio internacional, e os processos industriais do mesmo para a colocação no mercado são realizados, geralmente, no país onde serão consumidos, com destino ao consumidor final (CECAFÉ, 2015).

A preservação de preços de equilíbrio artificiais para o consumo em escala mundial faz-se à custa da aquisição de consideráveis estoques, e tal preservação por vezes é afetada por desequilíbrios de oferta e demanda. Sobre a integração espacial de mercados, a mesma está relacionada à influência, direta ou indireta, que um mercado exerce sobre outro, de forma que a oferta e a demanda em um afetam o preço e o volume transacionado no outro (FACKLER; GOODWIN; 2001).

Rezende, Rosado e Gomes (2007) afirmam que o preço é a principal variável influenciadora na tomada de decisões dos agentes da cadeia produtiva do café. Todavia, não é apenas o preço que gera uma crise – a escassez na oferta de café decorrente de problemas relacionados ao clima ou ao desestímulo à produção também geram crises de abastecimento.

A história do café já enfrentou várias dificuldades ao longo do tempo. Pode-se destacar neste aspecto a suspensão das cláusulas econômicas do Acordo Internacional do Café Internacional (AIC), em 1989. Essa suspensão deveu-se principalmente à não aceitação, pelo Brasil, das exigências dos países consumidores de utilização de critérios de seletividade entre os cafés de diversas origens no estabelecimento das cotas assim como a consideração de englobar-se o mercado de países membros e o de não membros, além da discussão de uma redução na cota do Brasil, desde sempre o país mais competitivo do mercado, mas também o país que mais fazia políticas artificiais de valorização do produto. Embora tal acordo tenha conseguido conter o declínio dos preços em alguns anos, uma das principais razões para tal, ele acabou sendo suspenso em 1989. Destaca-se ainda a redução da oferta, de 1992 a 1997, e a queda nos preços em 2002. A primeira crise – fim do AIC – começou com a quebra da safra brasileira em 1986. Segundo Rosas (2002), tal quebra na safra brasileira acabou por trazer problemas aos produtores rurais brasileiros e aos demais agentes que compõem a cadeia produtiva do café, pois não havia no país políticas imediatas para conter a queda nos preços, sustentando o setor, e, como reflexo disto, houve impacto na oferta mundial do produto.

Não apenas fatores relacionados ao clima e ao desestímulo afetam a produção do café ao longo do tempo. As chamadas “crises do café” são geradas pela complexidade da estrutura do mercado internacional e, assim, a cafeicultura no Brasil não está isolada da

conjuntura do setor em nível mundial. Neste sentido, cabe destacar as principais regiões exportadoras mundiais da *commodity*, de acordo com a Figura 1.

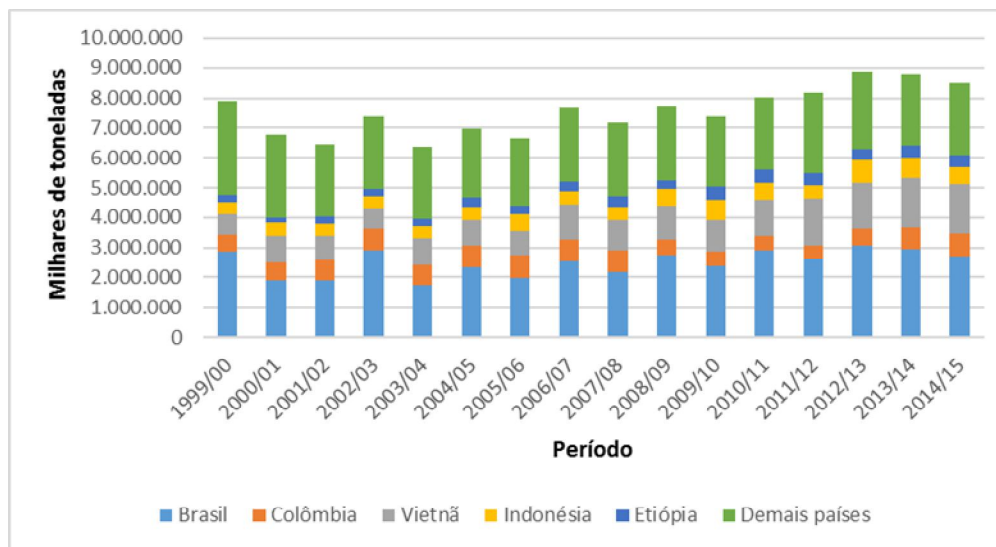


Figura 1 – Principais produtores de café e montante dos demais países (em toneladas), de 1999 a 2014.

Fonte: Elaborada pelos autores, a partir de dados do International Coffee Organization-ICO (2015).

Nota-se, pela Figura 1, que os principais produtores mundiais de café se concentram na América do Sul e na Ásia, e, em último da lista, um país africano. No segmento, o Brasil é o maior produtor mundial e segundo maior consumidor, atrás apenas dos Estados Unidos (ABIC, 2015a). Nos últimos anos da análise, Brasil, Colômbia, Vietnã, Indonésia e Etiópia detêm mais de 70% da produção mundial de café (ALICE WEB, 2015).

3.1 O CASO DO CAFÉ BRASILEIRO

O Brasil é o principal *player* no mercado de café e tem como principais produtores os estados de São Paulo, Minas Gerais, e em boa escala de produção também Espírito Santo e Paraná. As principais variedades cultivadas no país são a arábica e robusta. Além desses Estados, a cultura do café também foi implementada, ainda que em menor escala, em outros Estados como Bahia, Mato Grosso, Rondônia e Pará (ORMOND *et al.*, 1999).

As relações e estruturas do mercado internacional de café devem ser entendidas antes de se buscar conhecer os problemas que tal setor agroindustrial enfrenta dentro do Brasil

e para uma conjuntura não positiva. De acordo com Rena (1986), a conjuntura econômica é o fator que determina condições favoráveis ou desfavoráveis em relação ao preço do café, à disponibilidade e custo dos insumos e da mão de obra, ao custo e à disponibilidade de crédito, entre outros.

As correntes de comércio é que acabam por ditar as relações e estruturas existentes dentro do mercado internacional, orientando as paridades produtores/exportadores e os consumidores/importadores. As relações não são estáveis, pois fatores como consumo interno, reexportação e agregação de valor na formação de estoques fazem com que variem tais relações e estruturas. Nuintin (2007) afirma que, no Brasil, a atividade cafeeira é caracterizada pela ausência de uma política de preços definida, isto é, o produtor acaba ficando dependente do preço que está sendo praticado no mercado para a comercialização do produto.

A produção de café pode apresentar fortes variações de ano para ano, em ciclos de expansão e retração, conforme as condições climáticas, políticas econômicas postas em prática, aumento de oferta e demanda, e capacidade de produção (BRAGANÇA *et al.*, 2008).

Nas últimas décadas, a produção brasileira tem se recuperado, ainda que distante da expressiva participação no mercado internacional até meados de 1980, período em que o Brasil detinha uma posição quase de monopólio da produção. De fato, a produção brasileira tem crescido, assim como a produtividade dos cafezais, dado que as áreas de plantio têm se reduzido desde o incremento de outras culturas como soja, milho, cana-de-açúcar e pecuária, devido à maior lucratividade (NEVES; SAES; REZENDE, 2003).

Neste sentido, o café brasileiro, apesar de apresentar crescimento nas exportações da *commodity in natura*, tem possibilidade de ampliar seu mercado no setor de cafés especiais. Saes e Nakazone (2002) estimam que o Brasil tenha condições de dominar pelo menos 20% do mercado mundial de cafés especiais. Porém, devido a condições macroeconômicas desfavoráveis, tais como o Custo Brasil¹, têm-se o desestímulo do setor privado no desencadeamento de estratégias de agregação de valor no produto exportado (SILVA *et al.*, 2014).

Para a obtenção de melhores resultados no setor cafeeiro, torna-se necessária a reestruturação dos sistemas de comercialização de café por meio da adoção de novas

¹ O Custo Brasil pode ser entendido como fatores que acarretam a perda da competitividade do país, como a deterioração das rodovias, a dificuldade de acesso aos portos, a ausência de planejamento e políticas de integração entre os modais, modal aquaviário subutilizado, burocratização na regulamentação e na área tributária entre outros (SILVA *et al.*, 2014).

tecnologias e formas de gestão, diferenciação pela qualidade e redução de custos de produção (VEGRO *et al.*, 2000).

Segundo a ICO (2014), o Brasil exportou mais de 45 milhões de sacas de 60 kg de café. O consumo mundial tem crescido substancialmente nos últimos anos e boa parte desse aumento é derivado do consumo dos Estados Unidos e Alemanha.

Já segundo o Aliceweb (2015), Alemanha e EUA são os dois maiores importadores de café brasileiro nos últimos anos, correspondendo a cerca de 20% do total do peso bruto e 20% do valor das exportações de cada um em 2014. Juntos acabam respondendo a mais de 40% das exportações brasileiras de café. Destacam-se também, nos últimos anos, Bélgica, Itália e Japão, correspondendo a, respectivamente, 9,03%, 8,32% e 7,07% em 2014.

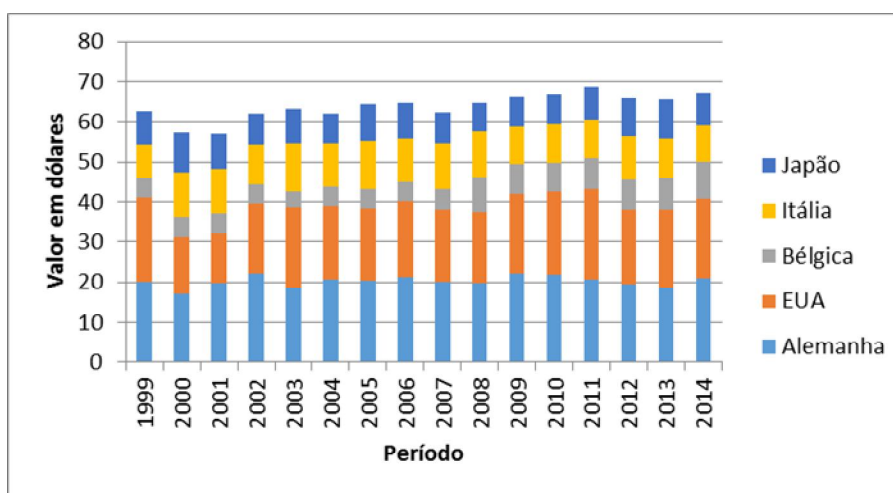


Figura 2 – Principais países importadores do café brasileiro, (em dólares), de 1999 a 2014.

Fonte: Elaborada pelos autores, a partir de dados do Sistema Aliceweb.

Nota-se, pela Figura 2, que as exportações brasileiras de café, em geral, apresentam percentual estável em relação ao valor total exportado, ficando na faixa dos 60% em quase todo o período abrangido, ou seja, de toda a produção brasileira, estes cinco países são responsáveis por mais de 60% das importações. As exportações de café estão concentradas neste grupo, e a relação percentual vem aumentando ainda mais nos últimos anos, pois tais países vêm comprando mais café brasileiro. Alemanha, EUA e Itália foram os países que mais importaram café brasileiro no período considerado.

Num balanço do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé, 1º semestre de 2015), o continente europeu foi o principal mercado importador, responsável pela compra de 54% do total embarcado do produto brasileiro. A América do Norte adquiriu 24%
Desafio Online, Campo Grande, v.4, n. 3, art.1, Set./Dez.2016. www.desafioonline.ufms.br

do total de sacas exportadas, a Ásia, 16% e a América do Sul, 3%. Neste período, os EUA lideraram a lista de países importadores, com 3.587.502 sacas importadas (20% do total exportado), seguido pela Alemanha, com 3.274.834 sacas (19% do total) e a Itália, com 1.390.343 sacas (8%). A Bélgica ocupou a quarta posição, com 1.207.064 sacas (7% do total), e o Japão, com 1.206.389 sacas importadas (7% do total), ficou em quinto lugar. (CECAFÉ, 2015).

4. METODOLOGIA

O método utilizado para analisar a competitividade das exportações brasileiras de café para Alemanha e Estados Unidos baseia-se no cálculo de indicadores de competitividade aplicados ao comércio internacional, tais como o Índice de Orientação Regional (IOR) e o Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR).

Primeiramente abordado por Yeats (1997), o Índice de Orientação Regional verificou a existência de criação ou destruição de comércio nos países membros do Mercado Comum do Sul (Mercosul), ou seja, uma alteração nos padrões do comércio. O índice mostra a tendência a exportar uma determinada *commodity* a um país ou bloco comercial. Para Yeats (1997, p. 11), alguns pontos que devem ser considerados para o cálculo desse índice são os que seguem:

a) caso o estudo se refira a somente um período, o índice fornece uma visão limitada do comércio entre os países. Mas, se for utilizado para mais períodos, pode mostrar possíveis mudanças na orientação regional do comércio em análise, até mesmo por permitir a comparação entre os períodos;

b) o índice é determinado por vários fatores os quais podem orientar o comércio a uma determinada região ou não, sejam eles vantagens comparativas, custos de transporte ou barreiras ao comércio. Em curto e médio prazo, ele será mais sensível às barreiras comerciais do que aos fatores anteriormente citados (conforme o caso do Mercosul). O IOR pode ser expresso da seguinte forma:

$$IOR = (X_{CR}/X_R) / (X_{CE}/X_E) \quad (1)$$

em que:

X_{CR} representa as exportações brasileiras de café para determinada região R ;

X_R representa o total das exportações brasileiras para determinada região R ;

X_{CE} representa as exportações brasileiras de café para extra-região R ;

X_E representa o total das exportações brasileiras para extra-região R .

O Índice de Orientação Regional mostra a tendência de exportação de uma determinada *commodity* a um país ou bloco comercial. O índice possui os extremos de 0 a ∞ ($0 \leq \text{IOR} \leq \infty$), e, quanto mais próximo de 1, mostra a mesma tendência a exportar a *commodity*, café, para a região em questão, para Alemanha ou Estados Unidos e para extra-Alemanha ou extra-Estados Unidos. Conforme o valor cresce, é possível perceber uma maior orientação das exportações brasileiras de café para a Alemanha e/ou EUA (LOPES *et al.*, 2013).

O Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR) é uma razão de proporções: seu resultado é obtido através da divisão da participação das exportações do produto x na pauta de exportações do país b , pela participação das exportações do mesmo produto x na pauta mundial de exportações (w), ou seja, seu resultado revela se um determinado país, neste caso Brasil, possui ou não vantagens comparativas, ao comparar a participação do bem x , café, dentro da pauta exportadora brasileira com a mundial (WAQUIL *et al.*, 2004).

No cálculo do índice, Yeats (1997) observa que os fluxos intrarregionais (considerando os acordos nos quais o país participa) podem ser excluídos, para refletir melhor a capacidade de o país competir nos mercados internacionais, sem a presença de distorções ou tratamentos preferenciais. Em geral, o índice só é calculado para produtos processados ou manufaturados, porque o comércio internacional de produtos agrícolas é bastante distorcido pela presença de subsídios à exportação e barreiras comerciais, que podem tornar tendenciosa a análise.

Inicialmente proposto por Balassa (1965), o Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR), baseado nas Vantagens Comparativas de David Ricardo, busca analisar a estrutura relativa das exportações de determinada *commodity* de um país ou região ao longo do tempo. O índice pode ser escrito da seguinte forma:

$$IVCR = (X_{BC}/X_B) / (X_{WC}/X_W) \quad (2)$$

onde:

X_{BC} representa as exportações brasileiras de café;
 X_B representa as exportações brasileiras totais;
 X_{WC} representa as exportações mundiais de café;
 X_W representa as exportações mundiais totais.

O IVCR pode variar de zero a infinito. Se o $IVCR > 1$, o país apresenta vantagens comparativas reveladas nas exportações do bem, ou seja, o Brasil apresenta vantagens comparativas nas exportações de café em relação aos demais países. Caso $IVCR < 1$, o país apresenta desvantagens comparativas reveladas nas exportações do produto em questão (CORONEL *et al.*, 2008).

4.1 FONTE DE DADOS

Os dados referentes às exportações brasileiras e mundiais foram coletados junto às bases de dados do Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior (ALICE WEB) e da *United Nations Commodity Trade Statistics Database* (UNCOMTRADE), respectivamente, com código 0901 para o café, com periodicidade anual, do período de 1999 até 2014.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos resultados da pesquisa trata-se da orientação regional das exportações brasileiras de café, destinadas à Alemanha e aos Estados Unidos, e das vantagens comparativas reveladas destas exportações em relação ao mundo. A partir desses aspectos, sugere-se uma melhor compreensão acerca da competitividade das exportações de café brasileiro para os mercados alemão e norte-americano.

5.1 ANÁLISE DO ÍNDICE DE ORIENTAÇÃO REGIONAL (IOR)

O Índice de Orientação Regional (IOR) permite identificar se as exportações brasileiras de café estão sendo orientadas para a Alemanha e os Estados Unidos. De acordo com a Figura 1, os valores calculados para o IOR das exportações brasileiras de café para a Alemanha foram maiores do que a unidade em todo o período analisado, indicando, desta forma, que estas exportações estão sendo orientadas para este país.

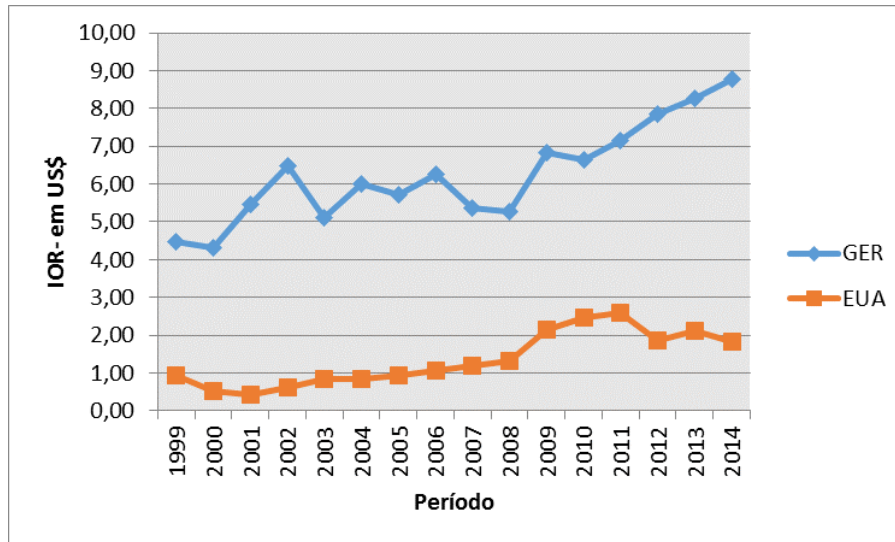


Figura 1- Índice de Orientação Regional (IOR) das exportações brasileiras de café para os Estados Unidos (EUA) e Alemanha (GER) (1999- 2014).

Fonte: Elaborada pelos autores, a partir de dados do Sistema Alice Web e UNCOMTRADE.

Além disso, pode-se ressaltar que o índice apresenta tendência crescente na orientação para a Alemanha, devido ao aumento das exportações brasileiras de café para este destino. Desta forma, de 1999 a 2014, as exportações brasileiras de café para a Alemanha obtiveram uma participação média de 20,26% das exportações totais do país desta *commodity* (ALICE WEB, 2015).

Neste sentido, o Brasil é o principal fornecedor de café ao mercado germânico, onde cerca de 29,68% das importações de café alemãs são abastecidas pelo Brasil. O segundo principal mercado fornecedor de café à Alemanha é o Vietnã, o qual supriu 13,21% destas importações, em 2014 (UNCOMTRADE, 2015).

Contudo, é importante ressaltar que a estratégia de mercado da Alemanha consiste na importação de café verde, no grão cru, e reexportação do café beneficiado, que apresenta maior valor agregado e de mercado. Além disso, este país pode-se beneficiar de vantagens estabelecidas por meio de acordos comerciais para a exportação do produto *in natura* (ICO, 2014).

Neste sentido, destaca-se o Custo Brasil, a ausência de ação estratégica de mercado das empresas do setor e governança institucional como fatores que dificultam os incrementos de produtividade e competitividade no mercado cafeeiro brasileiro (FREITAS, 2008).

Contudo, de acordo com a Figura 1, as exportações brasileiras de café foram orientadas para os Estados Unidos somente após 2006. Esse fato pode estar relacionado com a Desafio Online, Campo Grande, v.4, n. 3, art.1, Set./Dez.2016. www.desafioonline.ufms.br

redução dos estoques dos principais países produtores e exportadores e oferta abaixo do consumo na safra anterior, o que provoca suba dos preços no mercado internacional e, por conseguinte, suba do valor exportado (INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA- IEA, 2006).

Porém, é importante destacar que, apesar destas exportações não serem orientadas ao longo de todo o período de análise, o índice apresenta tendência de crescimento. Este fato pode estar relacionado com a ampliação da compra do café verde brasileiro e maior processamento pelos EUA (ICO, 2014). De 1999 a 2014, as exportações brasileiras de café para os Estados Unidos obtiveram uma participação média de 18,49% das exportações totais do país desta *commodity* (ALICE WEB, 2015).

Desta forma, o Brasil encontra-se na 21ª posição entre os principais exportadores de café para o mercado norte-americano, em 2014. O principal fornecedor de café ao mercado dos EUA é o Canadá, o qual representou 74,35% das importações norte-americanas da *commodity*, em 2014 (UNCOMTRADE, 2015).

O mercado canadense exerce comportamento semelhante ao alemão, não sendo principal produtor de café, porém reexporta este produto com maior grau de beneficiamento, industrializado.

Desta forma, os resultados encontrados corroboram com a pesquisa de Brandão *et al.* (2012). Em suma, a orientação das exportações brasileiras de café para ambos os mercados, alemão e norte-americano, apresenta crescimento, o que indica ampliação da capacidade competitiva brasileira nas exportações de café *in natura* para estes mercados.

5.2 Análise do Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR)

O Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR) permite identificar a importância do café na pauta de exportações brasileiras em relação às exportações mundiais, no período de 1999 a 2014, conforme a Figura 2.

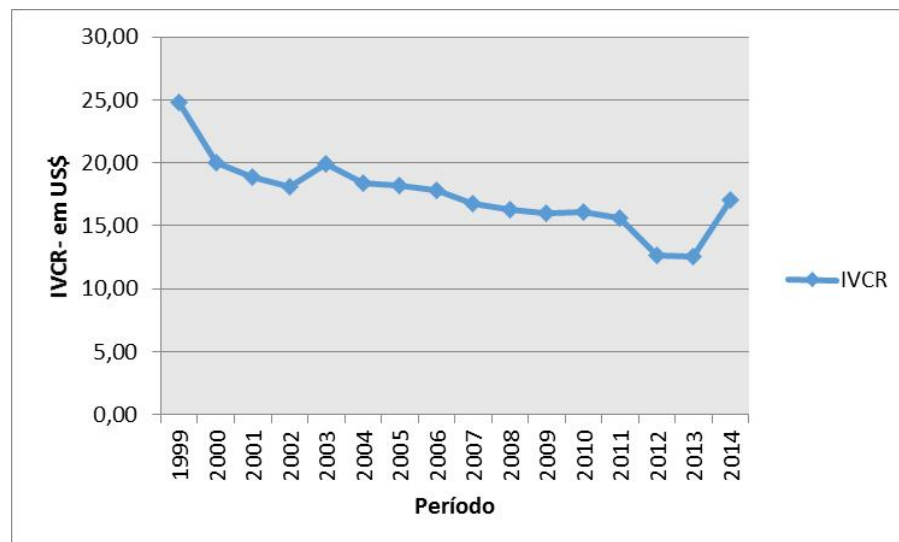


Figura 2- Índice de Vantagens Comparativas Reveladas (IVCR) das exportações brasileiras de café (1999- 2014).

Fonte: Elaborada pelos autores, a partir de dados do Sistema Alice Web e UNCOMTRADE.

De acordo com a Figura 2, os valores calculados para o IVCR foram significativamente maiores que a unidade em todo o período analisado, o que indica que o café da Brasil possui vantagem comparativa ou competitividade em nível mundial nas exportações desta *commodity*. Assim, pode-se destacar que o Brasil é o principal produtor e exportador mundial de café (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS- FAOSTAT, 2015). Estes resultados vão ao encontro da pesquisa de Waquil *et al.* (2004), a qual abordou o período de 1991 a 2001.

A competitividade brasileira no mercado mundial de café pode ser justificada pela dotação de recursos naturais, conforme abordado pelo Teorema de Heckscher- Ohlin, devido à combinação de fatores tais como clima, investimento em tecnologia, disponibilidade de terras agricultáveis e alta produtividade (FRIES *et al.*, 2013).

Esses fatores permitem que o café brasileiro seja produzido com menor custo em relação às demais regiões, favorecendo que seja exportado de forma mais competitiva, o que corrobora com o conceito inicial de vantagens comparativas de Ricardo.

Verifica-se que o IVCR é decrescente ao longo da série analisada, indicando que a competitividade brasileira no mercado mundial de café tem-se reduzido neste período. Neste sentido, pode-se ressaltar que o crescimento das exportações de café de outras regiões foi superior ao crescimento das exportações brasileiras desta *commodity*, o que justifica, portanto, a queda das vantagens comparativas exportadoras brasileiras (UNCOMTRADE, 2015).

Além disso, pode-se sugerir que a queda de competitividade do café brasileiro no mercado internacional está relacionada com o comportamento da eficiência produtiva do país nos 1990, bem como com a existência de diferentes barreiras tarifárias e não tarifárias aplicadas por terceiros países (WAQUIL *et al.*, 2004). Ainda neste sentido, é importante ressaltar o baixo valor agregado destas exportações, pois estas não apresentam elevado grau de beneficiamento.

6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÃO

Este trabalho buscou analisar a competitividade das exportações brasileiras de café, mais especificamente para a Alemanha e os Estados Unidos, por meio de indicadores de comércio internacional. Observou-se, neste estudo, que a Alemanha é um importante mercado consumidor do café brasileiro, pois essas exportações estão orientadas ao longo do período em questão, além de representarem uma oportunidade de crescimento das relações entre ambos os países. Contudo, para o mercado norte-americano, as exportações brasileiras de café foram orientadas a partir de 2006. Tanto Alemanha quanto Estados Unidos utilizam-se da estratégia de importar o produto *in natura* e reexportar, geralmente, com maior valor agregado ou por meio de benefícios adquiridos através de acordos comerciais.

Destaca-se que as vantagens comparativas do Brasil no mercado de café são decrescentes, seja pela elevada participação de outras regiões nestas exportações, seja pela falta de competitividade em termos de agregação de valor ao produto exportado. Desta forma, a competitividade das exportações brasileiras depende de ações estratégicas por parte do setor privado e do ambiente institucional.

Como limitações do presente trabalho, tem-se a não inclusão de variáveis que tratem das economias alemã e norte-americana, como taxas de crescimento econômico, por exemplo, bem como a ausência de um comparativo entre os principais exportadores de café para estes destinos.

A partir deste trabalho, vários outros aspectos podem ser analisados, tais como estudos mais avançados sobre a identificação de fatores relacionados à competitividade do café, bem como simulações de cenários, através de modelos de Equilíbrio Geral Computável e de Alocação Espacial, os quais apontem os ganhos que o país poderá ter na perspectiva de quedas das barreiras tarifárias e não tarifárias que os principais mercados importadores impõem, bem como estimações, considerando os custos de produção.

REFERÊNCIAS

AGRIANUAL. *Anuário estatístico da agricultura brasileira*. São Paulo: FNP Consultoria e Comércio, 2011.

ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES DE COMÉRCIO EXTERIOR- ALICE WEB. *Consultas*. Disponível em: <<http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>>. Acesso em: 30 set. 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ- ABIC. *Produção mundial de café, principais países produtores*. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=48#2810>>. Acesso em: 27 jul. 2015a.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ- ABIC. *Exportação mundial, principais países produtores*. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=49#80>>. Acesso em: 27 jul. 2015b.

BALASSA, B. *Trade liberalization and “revealed” comparative advantage*. Manchester: The Manchester School of Economic and Social Studies, v. 33, p. 99-123, 1965.

BACHA, C. J. C. *Economia e política agrícola no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2004.

BRAGANÇA, A. C. H.; OLIVEIRA, A. C. C.; O regime oligárquico do ciclo do café: as políticas de valorização do café e seu impacto negativo nas camadas urbanas. In: SALOMÃO FILHO, C; FERRÃO, B. L. M., (Orgs.) *Cadernos Direito e Pobreza - n 1*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

BRANDÃO, F. S.; CEOLIN, A. C.; GIANEZINI, M.; RUVIARO, C. F.; DIAS, E. A.; BARCELLOS, J. O. J. Orientação para mercado externo do café brasileiro. *Coffee Science*, v. 7, n. 3, p. 275-283, set./dez. 2012.

CONSELHO DOS EXPORTADORES DO CAFÉ DO BRASIL- CECAFÉ. *Dados Estatísticos*. Disponível em: <<http://www.cecafe.com.br/>>. Acesso em: 18 set. 2015.
CORONEL, D. A.; CARVALHO, F. M. A.; MACHADO, J. A. D.; WAQUIL, P. D. ; ILHA, A. S. Exportações do complexo brasileiro de soja vantagens comparativas reveladas e orientação regional. *Revista de Política Agrícola*, v. 17, n. 4, p. 20-32, 2008.

FACKLER, P. L.; GOODWIN, B. K. Spatial price analysis. In: RAUSSER, G. C.; GARDNER, B. L. (Ed.). *Handbook of agricultural economics*. Amsterdam: North-Holland, 2001. p. 971 – 1024.

FRIES, C. D.; CORONEL, D. A.; VIEIRA, K. M.; BENDER FILHO, R. Avaliação do crescimento das exportações do agronegócio gaúcho: uma aplicação do método constant-market-share. *Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental, REGET/UFMS*, v. 17, n. 17, dez 2013.

FREITAS, M. L. G. 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*, v. 9, n. 5, p. 59-81, 2008.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS-FAOSTAT. *Production, Trade*. Disponível em: <<http://faostat.fao.org/site/291/default.aspx>>. Acesso em: 05 out. 2015.

FURTADO, C. *Formação econômica do Brasil*. 21. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1986.

HAGUENAUER, L. Competitividade: conceitos e medidas: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. *Revista de Economia Contemporânea*, v.16, n.1, jan./abr. 2012.

HELPMAN, E. International Trade in the Presence of Product Differentiation, Economies of Scale, and Monopolistic Competition: A Chamberlin-Heckscher-Ohlin Approach. *Journal of International Economics*, v. 11, p. 305-340, 1981.

INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA- IEA. *Café: prenúncio da safra brasileira pressiona o mercado*. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=5232>>. Acesso em: 07 out. 2015.

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION- ICO. *Reexportações de café*. Londres: ICO, set. 2014.

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION- ICO. *Trade Statistics Tables*. Disponível em: <http://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics>. Acesso em: 05 out. 2015.
KRUGMAN, P. *Internacionalismo Pop*. Rio de Janeiro: Campus. 1997.

LOPES, M. M.; SILVA, R. A.; CORONEL, D. A.; VIEIRA, K. M.; FREITAS, C. A. Análise da competitividade das exportações agrícolas brasileiras para a China: uma análise do complexo soja e fumo. *Revista UNIABEU*, v. 6, n. 13, p. 189-208, 2013.

NEVES, M. F.; SAES, M. S. M.; REZENDE, C. L. Estudo de caso: illycaffè e os desafios do crescimento no Brasil. In: GIORDANO, S. R.; REZENDE, C. L., (Eds.) *Cadernos da Universidade Illy do Café - v.1*. São Paulo: Universidade Illy do Café- PENSA - FIA – FEA - USP, 2003.

NUINTIN, A. A. *O desenvolvimento de indicadores do desempenho e da qualidade para o processo de produção: estudo de casos do processo de produção do café*. 2007. 143 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade), Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto/SP, 2007.

ORMOND, J. G. P.; PAULA, S. R. L.; FAVERET FILHO, P.S C. Café: (re)conquista dos mercados. *BNDES Setorial*, n. 10, p. 3-55, set. 1999.

PINHEIRO, A.; HORTA M. A competitividade das exportações brasileiras no período 1980/88. *Pesquisa e Planejamento Econômico*, v.22, n. 3 p. 437- 474, dez. 1992.

PORTER, M. E. *Competição: Estratégias Competitivas Essenciais*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RENA, A. B. *Cultura do cafeeiro: fatores que afetam a produtividade*. Piracicaba: Potafos, 1986.

REZENDE, A. M.; ROSADO, P. L.; GOMES, M. F. M. *Café para todos: a informação na construção de um comércio de café mais justo*. Belo Horizonte: UFV, 2007.

ROSAS, C. A. F.; HESPANHOL, A. N. *A cafeicultura brasileira no contexto dos processos de globalização e de desregulamentação do mercado*. 2002. 221 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), FCT/UNESP, Presidente Prudente/SP, 2002.

RICARDO, D. *Princípios de economia política e tributação*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SAES, M. S. M.; NAKAZONE, D. *Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio*. Cadeia: Café. Campinas: UNICAMP-IE-NEIT/MDIC, 2002, 142p. (Nota técnica final).

SILVA, R. A.; CORONEL, D. A.; BENDER FILHO, R.; LOPES, M. Determinantes das exportações de açúcar em bruto e óleo de soja do Brasil para o mercado indiano. *Revista de Política Agrícola*, v. 23, n. 4, out./nov./dez. 2014.

SMITH, A. *A Riqueza das Nações: Investigação sobre sua Natureza e suas Causas*. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

VEGRO, C. L. R.; MARTIN, N. B.; MORICOCHI, L. Sistemas de produção e competitividade na cafeicultura paulista. In: ZAMBOLLIM, L. (Coord.). *Café: produtividade qualidade e sustentabilidade*. Viçosa-MG: UFV, p. 1-25, 2000.

VIEIRA, E. F. Competitividade: da crítica de Krugman aos modelos de análise do IAD e do IMD. *Revista de Negócios*, v. 7, n. 2, p. 33-39, 2002.

UNITED NATIONS COMMODITY TRADE STATISTICS DATABASE- UNCOMTRADE. *Express Selection*. Disponível em: <<http://comtrade.un.org/db/>>. Acesso em: 30 set. 2015.

WAQUIL, P. D.; ALVIM, A. M.; SILVA, L. X.; TRAPP, G. P. Vantagens comparativas reveladas e orientação regional das exportações agrícolas brasileiras para a União Europeia. *Revista de Economia e Agronegócio*, v. 2, n.2, p. 137-160, 2004.

YEATS, A. Does Mercosur's trade performance raise concerns about the effects of regional trade arrangements? *Policy Research Working Paper*, n. 1729, p. 1-33, fev. 1997.