



RAC - Revista de Administração
Contemporânea

ISSN: 1415-6555

rac@anpad.org.br

Associação Nacional de Pós-Graduação e
Pesquisa em Administração
Brasil

Macchione Saes, Maria Sylvia

A Distribuição de Quase-renda e a Estratégia de Diferenciação no Café

RAC - Revista de Administração Contemporânea, vol. 11, núm. 2, abril-junho, 2007, pp. 151-171

Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração

Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84011209>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

A Distribuição de Quase-renda e a Estratégia de Diferenciação no Café⁽¹⁾

Maria Sylvia Macchione Saes

RESUMO

A estratégia de diferenciação por parte dos produtores rurais visa evitar a concorrência preço e o declínio de sua participação no valor total gerado pela cadeia produtiva. A diferenciação leva à criação de quase-renda positiva, mas não garante que, na relação com os compradores, a renda extra seja distribuída favoravelmente para o segmento rural. O trabalho tem como objetivo discutir teoricamente como será distribuída a quase-renda ao longo tempo, considerando a relação entre produtores rurais e indústria processadora, que tem como principal elemento a diferenciação do produto. A fundamentação teórica é a da Economia dos Custos de Transação. Para a análise, foram escolhidos três critérios de diferenciação na cadeia café: i) certificado de orgânico; ii) qualidade excepcional; e iii) territorialidade (origem). Conclui-se que a diferenciação não garante a apropriação da quase-renda pelos produtores rurais. É a percepção do consumidor sobre qual é o atributo essencial na composição do produto final que determinará a distribuição da quase-renda.

Palavras-chave: diferenciação; quase-renda; custos de transação; ativo específico.

ABSTRACT

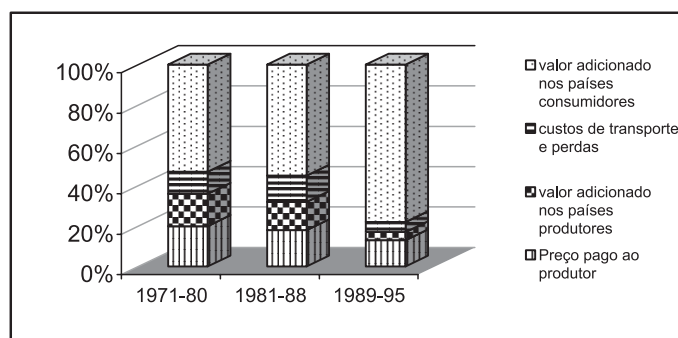
The differentiation strategy of rural producers aims to avoid both price competition and the market share decrease in the production chain total value. The differentiation creates positive quasi-rent, but it does not guarantee that the extra revenue would be distributed in favor of the rural producers. This paper aims to present a theoretical discussion on how the quasi-rent of rural producers and processing firms would be divided over time, when the main element is investment in differentiation. The basis theoretical is the Transaction Cost Economics. For this analysis, three criteria of coffee differentiation were chosen: i) organic certification ii) high quality; iii) territory (origin). It concludes that the differentiation doesn't guarantee the producers quasi-rent appropriation. It is assumed that the consumer perception on which is the essential attribute in the final product composition.

Key words: differentiation; quasi-rent; transaction costs; specificity asset.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos tem crescido a discussão sobre o processo de concentração do poder das empresas compradoras de café e declínio da participação dos países produtores exportadores no valor total gerado por esse agronegócio (Gráfico 1). Tendência essa que não é prerrogativa do café, mas pode ser observada em outros sistemas agroindustriais e tem sido responsável pela perda de participação do segmento agrícola na renda total gerada pela economia mundial.

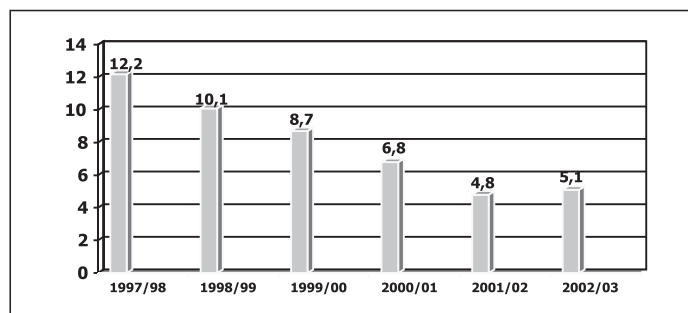
Gráfico 1: Distribuição dos Ganhos ao Longo da Cadeia Café



Fonte: Talbot (1997, p. 67).

No caso do mercado de café, além da queda relativa da renda dos produtores, observada no Gráfico 1, houve substancial queda da renda absoluta (Gráfico 2). De uma receita de 12,3 bilhões de dólares obtida na safra 1997/98 os produtores passam a receber apenas 5,1 bilhões de dólares em 2002/03.

Gráfico 2: Receita de Exportações Mundiais de Café sob Todas as Formas (US\$ bilhões)



Fonte: Anuário estatístico do café (2004, p. 121).

A conclusão direta desta constatação está ligada ao conceito de *commodity*, que tem como características baixa barreiras à entrada e forte concorrência preço. A **descomoditização**, com a criação de atributos de diferenciação, é apontada como forma de evitar a concorrência preço (Fitter & Kaplinsky, 2001).

O café é produto que possui grande potencial para diferenciação, tal como vinho ou mesmo água mineral, que era um produto sem qualquer diferenciação no passado e nas últimas décadas possui mercado sofisticado com diversos atributos.

No café, os atributos de diferenciação podem apresentar ampla gama de conceitos, que vão desde características físicas, como origens, variedades, cor e tamanho; sensoriais, como corpo e aroma, até preocupações de ordem ambiental e social, como os sistemas de produção e as condições da mão-de-obra sob os quais o café é produzido (Saes & Farina, 1999).

Se a demanda por produtos diferenciados por qualidade e / ou outros atributos permite a criação de quase-renda e formas contratuais mais complexas poderíamos supor que parte da quase-renda gerada ficasse no campo, possibilitando a sustentabilidade do produtor. Caso contrário, o produtor não teria incentivo para investir em ativos específicos.

A introdução de estratégias de diferenciação que atendam a demandas particulares e exigem investimentos em ativos específicos deve modificar as relações entre os agentes econômicos, assim como a estratégia de acesso ao mercado, caracterizada pela forte concorrência preço. Os contratos tendem a se tornar relacionais, de modo a possibilitar incentivos aos investimentos em ativos específicos.

Vale observar que o desvio de uma estrutura de competição atomística para uma competição imperfeita não leva necessariamente a ineficiência de preços e produto, mas pode refletir a minimização de custos de produção e transação, visando ganhos de eficiência. A estratégia de diferenciação, entretanto, deve refletir-se em alinhamento eficiente de estrutura de incentivos. Mais do que isso ela precisa refletir-se em ganhos concretos para o segmento produtor rural.

Não resta dúvida da importância dessa conjectura, já que é a partir dela que se podem formular estratégias públicas e privadas mais adequadas aos produtores familiares que não conseguem competir com as escalas das grandes propriedades patronais.

O objetivo, portanto, desse estudo é abordar negociações que ocorrem entre participantes de uma relação híbrida que tem como principal elemento investimento

em diferenciação. A questão a que se pretende responder é: **como será distribuída a quase renda ao longo do tempo, considerando-se que uma relação entre produtores rurais e indústria processadora exige investimentos em ativos específicos?** Como objeto de análise tomaremos o caso da relação entre produtores rurais de cafés especiais e a indústria processadora, que se mostra bastante ilustrativa, em termos de estratégia de diferenciação.

O trabalho está dividido em cinco partes. Após esta breve introdução, a segunda parte trata da discussão teórica sobre as relações entre especificidade do ativo e quase-renda. A terceira parte apresenta o modelo de divisão da quase-renda em diferentes estratégias de diferenciação e no mercado estagnado e em crescimento. Na quarta serão apresentados três casos empíricos de diferenciação. Por fim, algumas conclusões são discutidas, procurando tirar algumas lições em termos de políticas públicas e privadas.

DISCUSSÃO TEÓRICA: ESPECIFICIDADE DO ATIVO E QUASE-RENDA

Um dos maiores legados da Teoria da Economia dos Custos de Transação (ECT) é a sua contribuição para o entendimento das estruturas de governança presentes no sistema econômico. Segundo a ECT as diferentes configurações das estruturas de governança são respostas a incentivos redutores de custos de transação (Coase, 1937; Williamson, 1985, 1996).

A informação, ou melhor a sua incompletude e/ou assimetria, é a chave do custo de transação, que consiste no custo de mensurar o valor dos atributos que está sendo comercializado, de proteger os direitos de propriedade e de monitorar e executar os contratos (North, 1991, p. 17).

A teoria é rica, encontrando fortes evidências que atestam a tese do alinhamento das estruturas de governança – mercado, contratos e integração vertical – decorrentes da intensificação dos custos de transação. A ECT também permite entender que é a especificidade do ativo um dos mais importantes determinantes desses três níveis de estruturas, pois a medida aumenta os investimentos em ativos específicos, o custo de efetivar a transação por meio do mercado aumenta mais do que o de realizá-la, mediante estruturas mais complexas (Williamson, 1985).

A especificidade do ativo significa que uma firma a jusante ou a montante realizou investimentos tais que o valor de troca é mais elevado, quando ocorre entre essas

duas firmas do que com outras (Perry, 1989, p. 188). Em outras palavras, os ativos específicos são irrecuperáveis no sentido de que o principal não pode ser devolvido pelo mercado (isto é, vendido), se a relação de negócio original for descontinuada (Williamson, 1985; Klein, Crawford, & Alchian, 1978, p. 298).

A existência de ativo específico cria uma quase-renda, definida pela diferença entre o valor gerado na atividade específica e o seu melhor uso alternativo. E é justamente a divisão da quase-renda entre os agentes que compõe uma relação contratual um dos pivôs centrais das disputas nas negociações. Isso porque é impossível *ex ante* especificar claramente nos contratos a divisão do excedente, já que não se pode prever todas as contingências pós-contratuais. Klein et al. (1978) e Williamson (1996) argumentam que o comportamento oportunista é particularmente favorecido nas situações em que há grande quantidade de excedente a ser dividido *ex post*.

Dáí deriva a importância da definição da alocação do poder ou controle dos direitos residuais de propriedade *ex post*. O poder ou controle dos direitos residuais de propriedade refere-se à posição de cada das partes, caso a outra não cumpra o contrato, já que há a possibilidade de comportamentos oportunistas. Em uma relação em que há investimentos em ativos específicos uma das partes possui certo poder ou controle *ex-post*, às vezes ambas possuem.

Em última instância, a dificuldade de se determinar a alocação dos direitos residuais de propriedade ou a forte possibilidade de *hold up* leva à integração vertical. Klein et al. (1978) argumentam que à medida que o ativo se torna mais específico e mais quase-renda é criada (e, desta forma, a possibilidade de ganhos do comportamento oportunista aumenta), o custo de contratação geralmente aumenta mais que o custo de integração vertical. A idéia básica é que a firma surge em situações onde não se pode redigir bons contratos e a alocação do controle de poder é importante (Hart, 1997).

Não se pretende, entretanto, abordar nesse trabalho casos de integração. O nosso interesse é analisar relações contratuais entre firmas altamente complementares pertencentes a diferentes propriedades, ou seja, em que há dependência entre elas, mas o custo de contratação é menor que o custo de integração. Situação bastante comum nas relações entre produtores agrícolas e firmas processadoras.

O Modelo Teórico

Inicialmente é importante considerar que o modelo proposto está relacionado ao ambiente institucional brasileiro no qual o café se insere. A regulamentação deste mercado por mais de 100 anos impingiu uma forma de negociação

desfavorável à produção de cafés de qualidade. Houve momentos em que não havia distinção no preço de garantia para as diferentes qualidades de café (Saes, 1997). A regulamentação priorizava quantidade. Como não se pagava por qualidade, não havia incentivo para produzi-la, levando ao resultado da seleção adversa (Akerlof, 1970).

Com advento de novo ambiente competitivo nos anos 1990, com a valorização da qualidade pelo consumidor, é de se esperar que firmas processadoras invistam em estratégias de diferenciação na busca de incremento de suas rendas.

Vamos supor que para a diferenciação do café há três estratégias relacionadas a três diferentes tipos de matérias-primas: i) café de alta qualidade; ii) café orgânico; e iii) café de origem, no qual a qualidade está identificada com a questão de territorialidade.

Dada a dificuldade de modificar a trajetória imposta pela prática de compra pelo mercado, o que North (1991) chama de *path dependence*⁽²⁾, a firma processadora interessada em diferenciação terá que sinalizar aos produtores que irá pagar pela qualidade.

O modelo teórico terá como base a Nova Economia Institucional, tendo como suporte a literatura voltada à discussão das questões econômicas ligadas aos Direitos de Propriedade e Teoria dos Jogos.

Hipóteses

Inicialmente faremos as seguintes suposições, considerando alguns conceitos gerais que aparecem na literatura sobre custos de transação.

1. A firma processadora vai investir em marca relacionada a uma das três matérias-primas de café - alta qualidade, certificado orgânico, territorialidade ou origem. Devido ao ambiente institucional, ela tem alto custo de transação em encontrar a matéria-prima desejada; por isso sinaliza para que um grupo de produtores produza tais matérias-primas. Ela quer reduzir os custos de transação. Para isso os produtores devem investir em ativos específicos. Os ativos específicos referem-se a um investimento que é feito para dar suporte a uma transação específica. Eles não podem ser utilizados em outra transação sem perda de valor (*sunk cost*).
2. A relação irá envolver vários produtores que irão investir em ativos específicos (qualidade do produto) e, para simplificação, uma única firma processadora, que investe também em ativo específico, no caso a marca relacionada ao ativo. Enquanto a firma tem várias alternativas de compra do produto

(fornecedores), os produtores dependem apenas da firma processadora para vender o produto. Se eles venderem para outros compradores receberão apenas o preço do produto padrão (*commodity*). Ou seja, o pior cenário para o produtor é vender no mercado *spot* que não paga o investimento específico. Apesar de haver clara relação de assimetria de poder, esta situação cria dependência bilateral. Pode ocorrer que a firma processadora seja objeto de oportunismo por parte dos produtores. Supondo que ela invista em treinamento dos produtores e providencie capital específico (por exemplo, novas variedades) e os produtores vendam o produto para uma firma processadora concorrente. Para simplificação, não vamos considerar esta hipótese.

3. A firma processadora tem interesse em manter o acordo. Ela investiu em marca. Trata-se, portanto, de acordo de longo prazo e de jogo cooperativo. Na verdade, estamos supondo que cada uma das partes têm a percepção de que o valor presente de consentir com acordo é positivo para cada ponto na vida do acordo (Barzel, 2001, p. 43). Kreps (1996, p. 566) argumenta que os contratos relacionais podem ser modelados a partir da Teoria dos Jogos infinito usando jogos repetitivos e o Teorema de Folks.

Voltemos, então, à questão inicial proposta: **Como será realizada a divisão dos lucros (quase-renda) entre o produtor rural e a firma processadora ao longo do tempo? Qual será a solução desse jogo cooperativo no longo prazo?**

Em se tratando de jogo cooperativo, o problema está justamente em encontrar a solução, ou seja, como será realizada a divisão da quase-renda. O valor da quase-renda criado pelo ativo específico é definido pela diferença entre o valor gerado na atividade específica e o seu melhor uso alternativo. Segundo Klein et al. (1978) não se pode confundir a quase-renda apropriada com rendas monopolistas no seu sentido usual, ou seja, podem existir muitos fornecedores potenciais de um ativo específico para um usuário específico⁽³⁾.

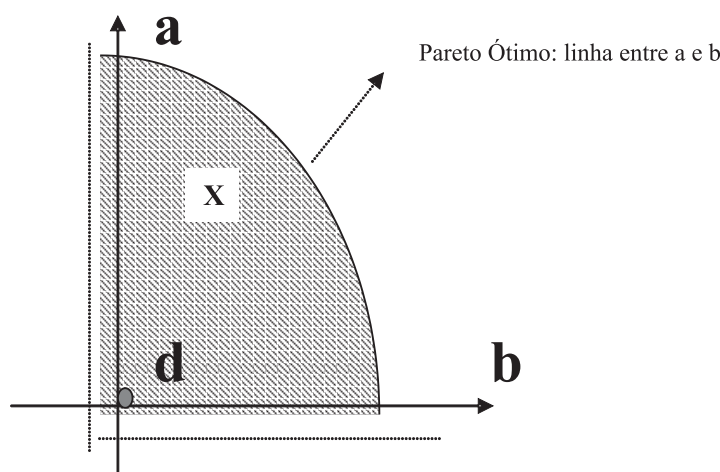
Sob a ótica da Teoria dos Jogos, a situação em que há acordo (ou contrato) implica cooperação. Tanto o produtor como o comprador do ativo acordam em cooperar, evitando o resultado de equilíbrio de Nash, cuja solução implica perdas para os dois.

A Figura 1 mostra um conjunto possível de soluções de barganha (X)⁽⁴⁾. No ponto **d** não há acordo, é o ponto de conflito. Naturalmente, nenhum indivíduo vai aceitar um acordo, se receber uma quantia menor do que **d**, isto é se não houvesse acordo. Considerando que os jogadores são racionais, os resultados possíveis para o acordo estão acima de **d**. Supondo que o preço do produto final seja o de monopólio, o resultado estará ao longo da linha entre **a** e **b**, na situação Ótimo de

Pareto. A curva Ótimo de Pareto significa que não se pode melhorar os ganhos de um sem piorar os de outro. Em outras palavras, o que um ganha o outro perde. No extremo um dos agentes não absorveria nada da quase-renda e receberia apenas o preço de concorrência. Pode-se da mesma forma esperar que se jogadores tiverem igual poder de barganha a solução seria simétrica (45°).

Hendrikse (2003) sugere que para encontrar o equilíbrio, isto é, como será realizada a divisão da quase-renda, o primeiro passo é eliminar as os pontos negativos e, o segundo, lançar mão de hipóteses *ad hoc*.

Figura 1: Resultado de Negociação com Cooperação



Fonte: Binmore (1992, p. 180).

Direitos Residuais de Propriedade

A problemática de determinar a divisão da quase-renda está presente pela dificuldade de se determinar o proprietário dos direitos residuais sobre a renda gerada. De acordo com Furubotn e Richter (1991), o direito de propriedade sobre um ativo consiste em três elementos: i. o direito do uso do ativo (*usus*); o direito de se apropriar dos retornos do ativo (*usus fructus*); e iii. o direito de mudar sua forma, substância e alocação (*abusus*).

Entretanto, no caso em que há interdependência entre os agentes, há maior dificuldade de se determinar o proprietário dos direitos residuais sobre a renda gerada. Isto ocorre porque tanto o produtor do ativo específico como o comprador se tornam mutuamente dependentes. De um lado, se o ativo não for usado para a relação específica a que foi destinado perde valor e, de outro, se o produtor não

fornecer para o comprador, este não terá como obter de outra fonte: ou seja, existe alta complementaridade entre as firmas e ambas têm grande responsabilidade pelo resultado final.

Hart (1997, p. 7) argumenta que a literatura dos custos de transação coloca muita ênfase nos custos de formatação dos contratos e, conseqüentemente, na sua incompletude, mas pouca atenção é dada para a forma como são alocados os direitos de propriedade residuais.

Em *Firms Contract and Financial Structure*, Hart (1997, p. 30) responde à seguinte questão:

Dado que um contrato não especificaria todos os aspectos do uso do ativo em cada contingência, quem tem o direito de decidir sobre os usos não incluídos? De acordo com a abordagem dos direitos de propriedade, é o proprietário do ativo em exame quem tem esse direito, isto é, o proprietário de um ativo tem o direito do controle residual sobre aquele ativo: o direito de decidir sobre todos os usos do ativo de modo não inconsistente com o contrato prévio, cliente e lei.

Mais do que isso, “é freqüentemente sustentado que uma característica chave da relação de propriedade é que ao proprietário de um ativo é dado o direito da renda residual deste” (p. 63).

Ou seja, em geral, se identifica a propriedade de um ativo com a posse dos direitos de controle residuais sobre ele. Como a propriedade dos direitos de controle residuais influenciam as decisões de inversão específica *ex ante*, considera-se eficiente que o direito residual permaneça com o proprietário dos ativos.

A assimetria do controle dos direitos residuais pode criar distorções. Tais distorções, devido à incompletude dos contratos, pode evitar que uma das partes obtenha um retorno *ex post* não compatível para compensar um investimento *ex ante*; ou seja,

se a firma i é proprietária da firma j, a firma i usará seus direitos residuais de controle para obter grande parte do excedente *ex post*, e isso fará com que a firma i exceda em seu investimento, e que a firma j fique aquém do mesmo (Grossman & Hart, 1986, p. 716).

Por exemplo, supondo que a renda residual não fique com o produtor de café, espera-se que este não tenha incentivos para investir em ativos específicos e produzir a matéria-prima desejada pela indústria.

Uma transação eficiente deveria, então, garantir que o agente que investe em

ativo específico fosse o detentor dos direitos residuais de propriedade, como forma de dar continuidade ao investimento específico.

Barzel (2003) argumenta que mais importante do que o grau de especificidade dos ativos é a sua variabilidade, ou seja, a existência de ativos específicos será problemática, se há grande variabilidade de valor que levaria a uma dificuldade de determinar a repartição da quase-renda. Quanto maior a variabilidade do valor do ativo não facilmente detectável (problemas informacionais) por uma das partes (ou ambas) haveria dificuldade de negociação.

Há evidências empíricas, entretanto, de que a eficiência nas relações contratuais de longo prazo podem ser alcançadas com a alocação dos direitos de propriedades para o agente que detém o maior poder de barganha e uma posição vantajosa com relação à disponibilidade de informação. Esses agentes agiriam como cortes de primeira instância, reduzindo conflitos entre as partes, ao exercer seu direito de alocar a quase-renda de forma a incentivar o investimento em ativos específicos (Arruñada, 2000).

De acordo com Hart (1997, p. 4-5) a distribuição da quase-renda depende da alocação dos direitos residuais de propriedade que, por sua vez, depende da relação de poder entre os agentes. O autor afirma que, embora a teoria dos custos de transação coloque muita ênfase nos custos de formatação dos contratos e na consequência da incompletude contratual, pouca atenção é dada à idéia de que poder é importante ou que os arranjos contratuais são desenhados para alocar poder entre os agentes.

Podemos argumentar que, em função de a firma processadora possuir várias alternativas de suprimento, enquanto os produtores só dependem dela, os direitos residuais de propriedade *ex-post* estariam em poder dela, que possuiria maior poder de barganha.

Neste caso, podemos considerar que a firma determinaria o ponto de equilíbrio na repartição da quase-renda, levando em conta a decisão de investimento dos produtores, isto é, ela teria o poder do líder, como no modelo de Stackelberg, escolhendo o ponto de equilíbrio, que fosse melhor para ela, sujeito à restrição de incentivar e garantir o investimento dos produtores em ativos específicos⁽⁵⁾.

A firma processadora evitaria a situação de *hold-up*, já que os custos de internalizar o fornecimento de matéria-prima superam os do acordo com os produtores e a relação de longo prazo é melhor que a de lucros no curto prazo. A indústria desejaria manter a reputação entre os produtores a ter dificuldade de obter a matéria-prima e comprometer a sua marca.

DINÂMICA DO MODELO: A DISTRIBUIÇÃO DA QUASE-RENDA AO LONGO DO TEMPO

Trata-se de um modelo dinâmico de n estágios. Pressupõe-se que o tempo é fator importante para a determinação do equilíbrio final. Cada estágio representa um período de safra. Inicialmente a firma processadora sinaliza para os produtores o interesse em adquirir a matéria-prima específica. Os produtores fazem os investimentos em ativos específicos (I_e) requeridos pela firma processadora.

A sinalização do pagamento pela qualidade ocorre informalmente, isto é, apesar da necessidade de investimentos em ativos específicos por parte do produtor, não há contratos. Os acordos são informais com a firma garantindo a “palavra” de compra futura. Considerando a necessidade de a firma processadora motivar o produtor e garantir o seu fornecimento de matéria-prima, há forte incentivo para que ela crie reputação, honrando o acordo. Caso isso não ocorra, na safra seguinte o produtor não mais investirá em ativo específico e tampouco produzirá a matéria-prima desejada (*tit for tat*).

A definição do preço ocorre depois que os investimentos são realizados. O contrato é incompleto, cada safra resulta em novas condições e um novo acordo em que as partes irão negociar a distribuição da quase-renda. Apesar dessa situação, os acordos são renovados quase automaticamente.

Primeiro Estágio

A firma sinaliza a compra futura de matéria-prima específica. Os produtores fazem o investimento específico requerido. No final da safra a firma processadora compra a colheita. Ela paga o preço de concorrência, ou seja o preço pago no mercado spot (C_p) mais o valor de salvaguarda pelo investimento (I_e), além de uma percentagem da quase renda (Q_r).

Para incentivar a produção de qualidade (e o investimento específico) a firma processadora pagará $Q_{r1} > 0$. Portanto, a renda do produtor (R_p) será:

$$R_p = C_p + I_e + Q_{r1}, \text{ onde } C_p = C_{mg} \text{ (Custo Marginal) e } Q_{r1} > 0.$$

Segundo Estágio

Com o crescimento dos lucros dos produtores caem as barreiras à entrada e a

oferta de matéria-prima de qualidade aumenta. Com isso, o valor da renda do produtor será:

$$R_p = C_p + I_e + Q_{r2}, \text{ onde } Q_{r2} < Q_{r1} \text{ mas } Q_{r2} > 0.$$

Estágio (n)

No estágio **n** haverá duas situações de mercado: i) mercado em expansão, quando a demanda cresce mais rapidamente que a oferta; e mercado estagnado, quando a demanda cresce mais lentamente que o mercado. Além disso, haverá também dois diferentes resultados com relação às condições de oferta. No caso da matéria-prima de alta qualidade e orgânica, as barreiras à entrada são baixas. No que se refere à matéria-prima ligada à origem (territorialidade) há barreiras à entrada. Estas serão maiores ou menores, na proporção da restrição da área delimitada. Vejamos, então, quais serão os resultados esperados.

No Mercado em Expansão

A firma processadora paga $Q_{rn} < Q_{r2}$, mas ainda há incentivo para pagar $Q_{rn} > 0$, em função do crescimento da demanda. A renda do produtor será:

$$R_p = C_p + I_e + Q_r, \text{ } Q_{rn} < Q_{r2} \text{ mas } Q_{r2} > 0.$$

A quase-renda será $Q_{rn} > 0$, porque a firma processadora quer incentivar o aumento da oferta. A quase-renda do café de origem será maior que do café de alta qualidade e orgânico, devido ao limite à expansão territorial. Quanto menor for o limite da área certificada de origem, maior será a quase-renda.

No Mercado Estagnado

A renda do produtor de orgânico e de alta qualidade no mercado estagnado será

$$R_p = C_p + I_e + Q_r, \text{ onde } Q_{rn} = 0.$$

Embora a quase-renda destes produtores seja igual a zero, eles não vão deixar o mercado, pois há um custo de saída. Os produtores fizeram investimentos específicos (certificação, compra de equipamento) e têm a garantia de compra da sua oferta pela indústria. Entretanto, não há ingresso de outros produtores.

No caso dos produtores de origem a receita será:

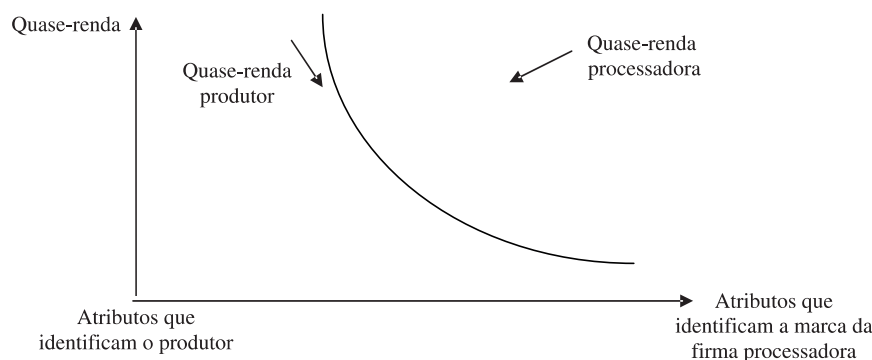
$$R_p = C_p + S_v + Q_r, \text{ onde } Q_{rn} < \text{que do mercado em expansão.}$$

Portanto, no curto prazo, devido à escassez de produto específico, a quase-renda é dividida entre a firma processadora e os produtores rurais. No longo prazo, o resultado irá depender das condições do mercado (em expansão ou estagnado) e do tipo de matéria-prima fornecida.

Admite-se que os resultados obtidos estão relacionados à percepção do consumidor de quem é o agente mais importante de diferenciação; ou seja, no caso do café orgânico e de alta qualidade, a garantia da marca de que o café confere tais características são suficientes para os consumidores; por isso as barreiras ao ingresso de novos produtores são baixas. No caso do café de origem, o agente de diferenciação é o produtor.

Desta forma, supõe-se que a apropriação de parcela da quase-renda pelos produtores depende da percepção dos consumidores de quem é o agente de diferenciação (indústria ou produtor rural), conforme apresentado na Figura 2.

Figura 2: Variáveis Relevantes na Distribuição da Quase-Renda



Fonte: adaptação de Fitter e Kaplinsky (2001).

Os produtores teriam maiores chances de se apropriar de parte da quase-renda, se os consumidores forem capazes de identificar a diferenciação com propriedades relacionadas à identidade do produtor. Por outro lado, o segmento processador abocanha maior parcela da quase-renda, conforme a marca se torne mais forte e reconhecida.

Portanto acredita-se que um dos principais fatores que possibilitem a distribuição da quase-renda é como o consumidor percebe as características intrínsecas do produto.

O Quadro 1 resume a proposta analítica apresentada anteriormente. O produtor de qualidade excepcional e o de orgânico se defrontam com situação bastante

parecida: não conseguem criar barreiras à entrada, particularmente no Brasil, em que há um potencial muito grande de terras propícias à cafeicultura. Já no caso de cafés de origens, da fazenda, ou mesmo *fair trade*, há uma barreira natural, já que o consumidor percebe a importância do produtor no produto final.

Quadro 1: Diferenciação e Resultado Econômico Esperado

Tipo de diferenciação	Atributos	Atributo mais importante na cadeia segundo percepção do consumidor	Condicionantes de rentabilidade	Resultado Econômico para o produtor no longo prazo
• Qualidade excepcional	Qualidade	Marca da empresa torrefadora	Baixas barreiras à entrada	Preço de concorrência
• Orgânico	Ausência de agrotóxicos e de fertilizantes altamente solúveis	Certificado de Orgânico	Baixas barreiras à entrada	Preço de concorrência
• Origem (<i>estate</i>)	Regional	Região, fazenda, núcleo de produtores	Alta barreiras à entrada	Preços acima do nível de concorrência

Fonte: elaborado pelo autor.

ANÁLISE EMPÍRICA: TRÊS CATEGORIAS DE PRODUTORES

Considerando que os investimentos em cafés especiais no Brasil são ainda recentes, pretende-se testar preliminarmente a hipótese do modelo teórico descrito anteriormente, apresentando três casos, de acordo com as seguintes categorias de matéria-prima: i) firma processadora e produtor com certificação orgânico; ii) firma processadoras e produtor de alta qualidade; e iii) firma processadora e produtores com certificação origem. Nos estudos pretende-se analisar as relações contratuais entre empresas torrefadoras e produtores rurais. Vale lembrar que esta metodologia se torna apropriada como primeira aproximação do tema proposto, uma vez que este se caracteriza por um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real.

Café Orgânico na Região de Baturité

Este caso retrata a experiência de produtores familiares de café orgânico que teve início em 1995, com a criação da APEMB (Associação dos Produtores Ecologistas do Maciço do Baturité), na Área de Proteção Ambiental (APA), no Estado do Ceará.

A associação, que contou com a ajuda de diversas entidades, desenvolveu vários projetos entre os quais ressalta aquele que buscava caminhos alternativos para a comercialização de café dos produtores locais. O café era cultivado tradicionalmente por produtores familiares nos moldes ecológico (orgânico e sombreado), desde a introdução do produto no Brasil no início do século XVIII.

A expectativa da associação era romper com as velhas estruturas de comercialização do produto que não valorizava o fato de o café ser ecologicamente cultivado. Além disso, o fato de o café ser adquirido por intermediários locais que o vendiam para torrefadoras da região sem qualquer especificação acabava por criar um ciclo vicioso. A não valorização da qualidade imprimia uma lógica perversa de baixos investimentos em tratos culturais e, por conseguinte, baixa qualidade.

A primeira mudança na comercialização ocorreu em 1997, com a exportação de um lote da produção dos 110 cafeicultores associados à APEMB para uma torrefadora sueca: *Classic Kaffe*. Isso foi possível por meio de um acordo entre CEPEMA (Centro de Educação Popular em Defesa do Meio Ambiente), APEMB, Sociedade Sueca para Conservação da Natureza, rede Internacional Terra do Futuro e o governo do Estado do Ceará. A estratégia de marketing focava em oferecer um produto especial: café orgânico sombreado. O torrador faria um *blend* com outros tipos de café orgânicos da América Central. A certificação era feita por um certificador sueco KRAV e o IBD (Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural) de Botucatu.

A comercialização do café no mercado internacional trouxe bons resultados. O produto alcançou o preço de US\$ 160 por saca, enquanto no mercado este variava entre US\$ 100 e US\$ 110. A parceria entre os produtores de Baturité e a *Classic Kaffe* durou três anos. Em 2000 a empresa quebrou o acordo, já que não estava disposta negociar nos mesmos patamares de preços. Tal quebra ocorreu devido a uma situação de excesso de oferta e queda significativa dos preços no mercado internacional. A torrefadora *Classic* entendia que as negociações deveriam dar-se sobre novas bases de preços, considerando que as cotações no mercado internacional estavam em queda. Devido aos custos dos produtores, estas novas condições inviabilizavam o pagamento da certificação e a exportação. Os produtores se viram em uma situação chamada na literatura da ECT de *hold up*. De acordo com Alencar, presidente da APEMB (como citado em Saes, Souza, & Otani, 2003) “*buyers do not want to open the black box of costs. They do not wish to share risks*”.

Esse resultado deveu-se a que o interesse do comprador era adquirir matéria-prima orgânica, não importando a origem. A marca da empresa *Classic*, identificada com um produto orgânico, era mais importante como estratégia da cadeia produtiva do que quais os produtores que estariam fornecendo a matéria-prima. Por isso

não havia necessidade de formatar contratos formais. A certificação reduz os custos de transação para a indústria e deixa mais vulnerável os produtores que investem na produção específica e não têm garantias de compra. Da mesma forma para o consumidor a certificação define a opção de compra.

Desde 2002 a associação passou a investir em uma marca própria **Pico Alto** de café torrado e moído ecológico, focando o mercado nacional.

Café de Alta Qualidade e a Torrefadora illycaffè

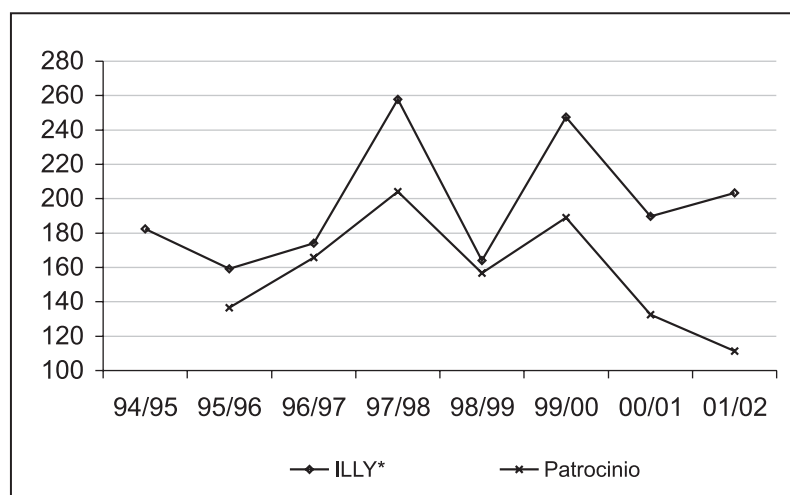
Iremos apresentar um breve relato da estratégia de abordagem de uma importante empresa torrefadora internacional no Brasil: a empresa italiana illycaffè, conhecida pela produção de café espresso⁽⁶⁾ de excelente qualidade. O relato é qualitativo e busca apenas apreender o sucesso da estratégia da empresa em aumentar a oferta de matéria-prima de qualidade.

O investimento em qualidade pelos produtores brasileiros é relativamente recente e deve-se em grande parte à estratégia da illycaffè na disseminação desse conceito (Neves, Saes, & Rezende, 2003). Isso ocorreu no início dos anos 1990, quando presidente da empresa, Dr. Ernesto Illy, em viagem ao Brasil, devido à dificuldade cada vez maior em encontrar matéria-prima de qualidade nos lotes de café enviados pelo Brasil, constatou a existência de cafés excelentes nas principais regiões produtoras. O problema é que os lotes bons e ruins eram misturados e não havia interesse dos produtores em adotar boas práticas de pós-colheita. Como não se premiavam os cafés de qualidade, os produtores não tinham interesse em investir. A forma de comercialização estava comprometendo o fornecimento para a empresa.

Com a desregulamentação do mercado, após o fim do Instituto Brasileiro do Café (IBC), em 1990, foi possível modificar a estratégia de compra e de atuação. Mas, sem dúvida, o lançamento do **Prêmio Brasil de Qualidade para Café Espresso** foi uma estratégia extremamente eficaz em incentivar e disseminar a qualidade. Desde a introdução do concurso a cada ano mais produtores participam dele. Os classificados passam a ser fornecedores da illy na safra daquele ano ganhando um prêmio de preço em relação ao pago pelo mercado. Criou-se uma externalidade positiva de ser fornecedor da illycaffè: ser identificado no mercado como um produtor de qualidade. Quando mais de um produtor da mesma região comercializa café para a empresa, toda a região passa a ser identificada como de qualidade. O **Prêmio para Espresso** facilitou a identificação das estratégias dos produtores e incentivou a disseminação da qualidade nas regiões produtoras. Assim, embora a illycaffè seja uma compradora de uma parcela muito pequena de café verde no Brasil - apenas cerca de 120 mil sacas, considerando a produção nacional de cerca de 30 milhões de sacas - a empresa fez com que os produtores

passassem não só a se preocupar em produzir qualidade, como refletiu em valorização desses cafés. Ao pagar um prêmio pela qualidade, a illycaffè conseguiu criar um ciclo virtuoso de investimento e ter oferta crescente. A criação de oferta elástica de produto de qualidade propicia uma situação extremamente favorável para a empresa. Com o mercado baixista nos início dos anos 2000, mesmo tendo a empresa aumentado o diferencial dos prêmios pagos aos produtores (Gráfico 3), a margem de lucro na aquisição da matéria-prima teve incremento, já que a economia brasileira passava por forte desvalorização da moeda.

Gráfico 3: Preços Pagos ao Produtor (R\$ por saca)



Fonte: AEDATA (Patrocínio – MG) e Illy (Entrevista com 17 produtores durante Curso: “Gestão do Agronegócio Café” promovido pela Universidade Illy do Café (Unilly) e FEA-USP em 11 de março de 2004).

No mercado internacional, a marca illycaffè é sinônimo de qualidade, sendo uma das mais valorizadas no mercado de café espresso. Quando o consumidor adquire o produto, ele sabe que a empresa selecionou o melhor fornecedor de café; por isso a empresa não formata contratos formais com os produtores. Para ela é mais vantajoso realizar a cada ano a análise de qualidade do produto de seus pretendidos fornecedores e adquirir apenas daqueles que garantem a qualidade requerida. Da mesma forma como no exemplo anterior o consumidor compra a marca da torrefadora. Este é o elemento mais importante na sua decisão de compra.

Café da Fazenda Jacarandá

A fazenda Jacarandá situada em Machado, no sul de Minas Gerais, foi uma das

pioneiras na comercialização de café orgânico no Brasil. Há mais de dez anos o Senhor Carlos Franco decidiu transformar os cafezais em lavouras orgânicas por questões ideológicas. “A preocupação dele era com a natureza, com os trabalhadores, com o uso de agrotóxicos e não com as vendas”, comenta seu neto Cássio Franco (Nicolau, 2004).

Em 1992, por meio de um contato com um torrefador japonês, Ryuchi Nakamura, de Fukuoka, a Jacarandá passou a negociar em moldes bastante favoráveis e praticamente inéditos no Brasil.

O café é comprado por contrato de longo prazo por um preço médio de US\$160, independentemente das oscilações do mercado. O café torrado é vendido com o nome da Jacarandá no rótulo, que apresenta a história da propriedade e da produção. A embalagem traz fotos da família Franco e da fazenda. Nas lojas de café no Japão há também uma publicação sobre a Jacarandá (em japonês) procurando mostrar ao consumidor de onde vem o café que eles estão adquirindo.

Neste caso, a torrefadora investiu conjuntamente com o produtor em mostrar para o consumidor que o fornecedor é importante no resultado final do produto. O consumidor valoriza o fato de ser um produto oriundo de um produtor que se preocupa com questões socioambientais (condições de trabalho e cuidado com meio-ambiente). Esta tendência, que cresce nos mercados em países desenvolvidos, parece ser, de acordo com o modelo teórico proposto, uma alternativa menos sujeita a variabilidade de rendimentos do que as anteriores. Ao contrário dos dois exemplos anteriores, há um contrato formal entre a indústria e o produtor: há uma situação de dependência bilateral. O produtor depende da indústria para colocação de seu produto de investimento específico e a indústria depende do fornecedor.

CONCLUSÃO

O artigo teve como objetivo apresentar um modelo teórico de análise da distribuição da quase-renda entre produtores rurais e indústria processadora de café ao longo do tempo. O modelo levou em conta distintas estratégias de diferenciação do produto café e os ciclos econômicos. Observou-se que a distribuição da quase-renda depende das estratégias de diferenciação. Quando a estratégia é facilmente disseminada, como os cafés com certificado de orgânico e os de qualidade excepcional, espera-se que, ao longo do tempo, os ganhos do produtor se dissipem. De outra forma, quando o consumidor percebe a importância do produtor no produto final, como no caso dos cafés de origens, cria-se uma barreira à entrada e os ganhos do produtor tendem a se manter.

Na análise empírica foram apresentadas três experiências que preliminarmente corroboram a abordagem teórica. Há, no entanto, a necessidade de maiores estudos para testar as hipóteses apresentadas.

O principal resultado que deriva da análise é que a diferenciação não garante a apropriação da quase-renda pelos produtores rurais. Em termos de estratégia, o resultado aponta a importância de ações de diferenciação que façam com que o consumidor perceba a importância do produtor no produto final.

Artigo recebido em 11.10.2004. Aprovado em 23.02.2005.

NOTAS

¹ Este trabalho teve o apoio da FAPESP.

² Há um exemplo recente que exemplifica tal dificuldade: em junho de 2003, o Governo Brasileiro tentou introduzir a instrução normativa (número 8) com o objetivo de criar a rastreabilidade do mercado de café, evitando que as firmas compradoras de café verde comprassem cafés com grãos preto, verde e ardido (PVA), que depreciam a qualidade do produto. Entretanto, os compradores pressionaram e o governo voltou atrás, admitindo que a instrução só valeria para compras governamentais. A pressão dos compradores deve-se ao fato de que, ao adquirir o café dos produtores, os PVAs são descontados do preço. Mas, na verdade eles não retiram do mercado o produto. Vendem para as torrefadoras diminuindo a qualidade e o preço final do café (Maschio, 2003).

³ Segundo os autores (p. 298-299): A apropriação da quase-renda pode ocorrer com mercado aberto ou até mesmo sem restrições à concorrência de rivais. Se houvesse uma competição aberta com a entrada livre no mercado, a especialização do ativo investido para determinado usuário (ou, mais precisamente, o alto custo de torná-lo acessível a outros) cria uma quase-renda, mas não renda de monopólio ou “poder de mercado”. No extremo oposto, um ativo pode ser transferível sem custo a outro usuário, sem qualquer redução no valor, enquanto ao mesmo tempo, a entrada de ativos semelhantes é restrita. Nesse caso, a renda monopolista existiria, mas não a quase-renda. Pode-se usar a terminologia monopolística em referência ao fenômeno em discussão, desde que se reconheça que a referência não é feita ao monopólio usual, criado pelas restrições governamentais à entrada ou em referência a um único fornecedor ou ainda a um fornecedor altamente concentrado. Devido ao custo de mobilidade e de transação, o **poder de mercado** existirá em muitas situações não comuns, denominadas monopólio. O ativo, entretanto, pode ser tão especializado para um usuário específico, que o poder de mercado monopolístico ou monopsônico, ou ambos, são criados.

⁴ Matematicamente, a solução para o problema da barganha de Nash é um par único (X, d) no qual X representa a coleção de acordos de pares de *payoff* factíveis e d é um ponto em X que representa a consequência de desacordo. As condições são: 1) o conjunto X é convexo; 2) o conjunto X é fechado e limitado acima; 3) é permitido arranjo livre (Binmore, 1992, p. 174-175).

⁵ Kreps (1996, p. 571) utiliza esta mesma argumentação analisando contratos entre empregador e empregado.

⁶ A grafia espresso decorre da palavra italiana *esprimere* que significa espremido / comprimido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agência Estado Data - AEDATA (n.d.).
Banco de Dados da Agência Estado.
Recuperado em 04 abril, 2004, de
www.aedata.com.br
- Anuário estatístico do café. (2004)
Rio de Janeiro: Coffee business.
- Akerlof, G.A. (1970).
The market for lemons: quality
uncertainty and the market
mechanism. *Quarterly Journal of
Economics*, 84(3), 488-500.
- Arruñada, B. (2000).
*The quasi-judicial role of large
retailers: an efficiency hypothesis of
their relation with suppliers*.
[Economics Working Papers].
Department of Economics and
Business, Universitat Pompeu Fabra,
Barcelona, Spain (445).
- Barzel, Y. (2001, January 2).
*A measurement cost based theory of
the firm* (Preliminary). Recuperado em
02 fevereiro, 2005, de [http://
www.econ.washington.edu/user/
y o r a m b /
MeasurementCostTheoryFirm.doc](http://www.econ.washington.edu/user/yoram/MeasurementCostTheoryFirm.doc)
- Barzel, Y. (2004, September).
Organizational forms and
measurement costs. *Journal of
Institutional and Theoretical
Economics*, 161(3), 357.
- Binmore, K. (1992).
*Fun and games: a text on games
theory*. Lexington, MA: D.C. Heath
and Co.
- Coase, R. (1937, November).
The nature of the firm. *Economica*,
4(16), 386-405.
- Fitter, R., &
Kaplinsky, R. (2001).
Technology and Globalization: Who
gains when commodities are de
commodified? *Journal of Technology
and Globalization*, 1(1), 5-28.
- Furubotn, E., &
Richter, R. (1991)
The new institutional economics:
assessment, In E. Furubotn & R.
Richter (Eds.). *The new institutional
economics*. College Station, Texas:
Texas A&M Press
- Grossman, S. J., &
Hart, O. D. (1986, August).
The costs and benefits of ownership:
a theory of vertical and lateral
integration. *Journal of Political
Economy*, 94, 691-723.
- Hart, O. (1997).
*Firms contracts and financial
structure*. Oxford: Clarendon Press.
- Hendrikse, G. (2003).
*Governance of chains and networks:
a research agenda*. São Paulo: Lecture
- Klein, B.,
Crawford, R. G., &
Alchian, A. (1978, October).
A vertical integration, appropriable
rents, and the competitive contracting
process. *The Journal of Law &
Economics*, 21(2), 298.

- Kreps, D. M. (1996).
Markets and Hierarchies and (mathematical) economic theory. *Industrial and Corporate Change*, 5(2), 561-595.
- Maschio, J. (2003, julho 8).
Nova regra do governo divide o setor. *Folha de São Paulo: Agrofolha*, p. B-10.
- Neves, M. F.,
Saes, M. S. M., &
Rezende, C. L. (2003).
Estudo de caso: illycaffè e os desafios do crescimento no Brasil In S. Giordano & C. Leles (Eds.). *Cadernos da universidade illy do café* (Vol.I, pp. 69-121). São Paulo: Universidade illy do café.
- Nicolau, R. (2004, fevereiro 18).
Fazenda jacarandá vende café orgânico para o Japão e investe no social. Recuperado em 04 abril, 2004, de www.revistacafeicultura.com.br
- North, D. C. (1991).
Institution, institutional change and economic performance. Cambridge: University Press.
- Perry, M. (1989)
Vertical integration determinants and effects. In R. Schmalensee & R. Willing (Eds.). *Handbook of industrial organization* (Vol. 1, pp.183-255). Amsterdam: North-Holland.
- Saes, M. S. M. (1997).
A racionalidade econômica da regulamentação no mercado brasileiro de café. São Paulo: Anablumme.
- Saes, M. S. M; &
Farina, E. M. M. Q. (1999).
O agribusiness do café do Brasil. São Paulo: Editora Miilkbizz.
- Saes, M. S. M.,
Souza, M. C., &
Otani, M. N. (2003).
Strategic alliances and sustainable coffee production: the shaded system of Baturité, State of Ceará, Brazil. *International Food and Agribusiness Management Review*, 6(2), 19-29.
- Talbot, J. M. (1997).
Where does your coffee dollar go?: the division of income and surplus along the coffee commodity chain. *Studies in Comparative International Development*, 32(1), 56-91.
- Williamson, O. E. (1985).
The economic institutions of capitalism. The Free Press, New York.
- Williamson, O. E. (1996).
The mechanisms of governance. Oxford University Press.