

MEDIDAS DE CONCENTRAÇÃO, VARIAÇÕES DE PREÇOS E DESEMPENHO: UM ESTUDO DA INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA

André Luiz Comunelo
Kellerman Augusto Lemes Godarth

COMUNELO, A. L.; GODARTH, K. A. L. Medidas de concentração, variações de preços e desempenho: um estudo na indústria calçadista brasileira. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 15, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2014.

RESUMO: Este estudo objetiva demonstrar e investigar se as medidas de concentração industrial influenciam os preços e por consequência o desempenho do setor calçadista brasileiro. No referido trabalho utilizou-se da ferramenta estrutura-conduta-desempenho (ECD), fundamentada no pressuposto de que o desempenho é resultado da conduta das firmas, que por sua vez é determinada pelas características da estrutura da indústria. A referida pesquisa, baseada em um estudo descritivo e exploratório, analisou as quatro maiores empresas do setor calçadista brasileiro segundo as Maiores e Melhores. Analisou como fator de estrutura o índice de concentração industrial das quatro maiores empresas CR(4). Quanto a conduta verificou-se a variação do Índice de Preços ao Consumidor Ampliado (IPCA) e ainda, utilizou-se do índice de Rentabilidade do Patrimônio Líquido (RPL) para inferir sobre a conduta das empresas estudadas. Dentro desse contexto, constatou-se um aumento no índice de concentração do mercado, um aumento na conduta (IPCA) e ainda um aumento na rentabilidade (desempenho) das empresas, mesmo com a inserção de mais empresas no mercado.

PALAVRAS CHAVES: Indústria calçadista; Paradigma ECD; Concentração de mercado.

CONCENTRATION MEASURES, PRICE VARIANCE AND PERFORMANCE: A STUDY OF THE BRAZILIAN FOOTWEAR INDUSTRY

ABSTRACT: The aim of this study is to demonstrate and investigate whether industrial concentration measurements affect prices and consequently the performance of the Brazilian footwear sector. This work used the structure-conduct-performance (SCP) tool, based on the assumption that performance is a result

¹Mestre em Contabilidade, Universidade Paranaense-Unipar - Campus de Francisco Beltrão. E-mail: andrecomunelo@unipar.br

²Especialista em Administração de Empresas - E-mail: kellerman@unipar.br

of the companies' behavior, which in turn, is determined by the characteristics of the industry structure. This research, based on a descriptive study, examined the four largest companies in the Brazilian footwear sector according to the *Maiores e Melhores* magazine. It analyzed the industrial concentration index as the structure factor for the four largest companies CR (4). Regarding conduct, the variation on the Amplified Consumer Price Index (*Índice de Preços ao Consumidor Ampliado* - IPCA) and the rate of Net Equity Profitability (NEP) were used in order to infer about the conduct of the companies being studied. Within this context, an increase in market concentration index, an increase in the conduct (IPCA) and also an increase in profitability (performance) of the companies can be seen, even with more companies entering the market.

KEYWORDS: Footwear industry. SCP paradigm. Market concentration.

MEDIDAS DE CONCENTRACIÓN, VARIACIONES DE PRECIOS Y DESEMPEÑO: UN ESTUDIO EN LA INDUSTRIA DE CALZADOS BRASILEÑOS

RESUMEN: Este estudio tiene como objetivo demostrar e investigar si las medidas de concentración industrial influyen en los precios y por consecuencia en el desempeño de la industria de calzados brasileños. En la referida investigación se ha utilizado de la herramienta estructura-conducta-desempeño (ECD), que se basa en la suposición de que el desempeño es resultado de la conducta de las empresas, que a su vez es determinada por las características de la estructura de la industria. La referida investigación, basada en un estudio descriptivo y exploratorio, ha analizado las cuatro mayores empresas de la industria de calzados de Brasil, según las Mayores y Mejores. Se ha analizado como factor de estructura el índice de concentración industrial de las cuatro mayores (CR 4). En cuanto a la conducta se encuentra la variación del Índice de Precios al Consumidor Ampliado (IPCA), y aún así, se utilizó del índice de Rentabilidad del Patrimonio Neto para inferir acerca de la conducta de las empresas estudiadas. Dentro de ese contexto, se observó un aumento en el índice de concentración del mercado, un aumento en la conducta (IPCA), y también un aumento en la rentabilidad (desempeño) de las empresas, incluso con la incorporación de más empresas en el mercado.

PALABRAS CLAVE: Industria de calzados. Paradigma ECD. Concentración de mercado.

1 INTRODUÇÃO

No estudo dos temas estrutura-conduta-desempenho, no mercado bra-

sileiro, destacam-se Ferreira Junior e Gomes (2006) que analisaram os fatores deste paradigma nas agroindústrias de biscoito e massas alimentícias. Também, merece destaque o estudo de Machado et al (2008), em que os autores aplicaram o paradigma ECD na indústria de laticínios.

A indústria calçadista brasileira produziu nos últimos anos informações que reafirmam a sua importância e relevância no cenário econômico. A Pesquisa Anual da Indústria desenvolvida pela Confederação Nacional da Indústria - CNI relata o crescimento do número de empresas nesta atividade e, ainda, demonstra que a receita oriunda dessa atividade está entre as mais importantes para a economia brasileira. Vanin (2007) reafirma o aumento deste setor e relata o crescimento diferenciado de algumas empresas em relação ao restante do segmento.

Paralelamente a esta informação Vanin (2007) destaca que a indústria calçadista não sofreu os mesmos efeitos do agregado da indústria, por sua característica de dificuldade de automação de alguns processos. Individualmente algumas empresas têm evolução diferenciada enquanto outras estagnam ou desaparecem, apesar de atuarem em condições idênticas de mercado e sob a influência de iguais variáveis econômicas e de políticas públicas.

Este cenário de crescimento total do setor e individual de algumas empresas pode ser estudado e desenvolvido no paradigma da economia industrial conhecido como estrutura-conduta-desempenho (ECD), pois de acordo com essa abordagem o desempenho é resultado da conduta das firmas, que por sua vez é determinada pelas características da estrutura de mercado, ou seja, são três fatores que ajudam a entender as características e desenvolvimento de um determinado setor da indústria. (FERGUNSON; FERGUNSON, 1994).

Oriunda da obra de Bain (1968), no paradigma ECD a estrutura descreve as características e composição de um setor industrial, ou seja, refere-se ao grau de concentração, decorrente das condições básicas de oferta e demanda observada nesse setor. A conduta refere-se ao comportamento das firmas no mercado e busca responder como estas estabelecem suas estratégias, seus preços, e como decidem sobre produção, orçamento, publicidade e pesquisa. Por sua vez, o desempenho busca avaliar se as operações das firmas aumentam a prosperidade econômica e se estão sendo produtivamente eficientes, para produzir bons produtos e na quantidade certa. (FERGUNSON; FERGUNSON, 1994).

Dentro do contexto da influência do paradigma ECD no mercado e da relevância da indústria calçadista no cenário brasileiro, este estudo possui a seguinte questão orientativa: as medidas de desempenho e a variação dos preços inerentes à indústria calçadista brasileira são influenciados pela variação dos índices de concentração, nos anos de 2007 a 2010?

Os objetivos do estudo são os seguintes: [1] demonstrar os índices de concentração da indústria calçadista brasileira; [2] analisar a variação média dos

índices de preços praticados pela indústria calçadista no período proposto; [3] verificar os indicadores de desempenho das quatro principais empresas da indústria calçadista brasileira; e, finalmente, [4] verificar a relação entre os índices de concentração, a variação de preços e os indicadores de desempenho.

Quanto aos dados analisados, foram coletadas informações secundárias no relatório anual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, na Bolsa de Valores de São Paulo – Bovespa, na Confederação Nacional da Indústria – CNI, na Associação Brasileira da Indústria Calçadista – ABICALÇADOS e na edição Melhores e Maiores da revista Exame – Editora Abril. No sentido de desvendar a estrutura de mercado utilizou-se da medida de concentração denominada de Razão de Concentração. A conduta das firmas foi analisada por meio da variação de preços ao consumidor e, finalmente, para avaliar o desempenho das organizações inseridas no contexto estudado utilizou-se o índice de desempenho conhecido como retorno sobre o patrimônio líquido.

O resultado do estudo está estruturado da seguinte forma: a seção 2 traz o referencial teórico sobre o paradigma ECD, concentração industrial, medidas de concentração e, ainda, medidas de desempenho organizacional; a seção 3 apresenta a metodologia da pesquisa; a seção 4 apresenta o caso da indústria calçadista brasileira; e, por último, a seção 5 relata as conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Paradigma Estrutura-Condução-Desempenho ECD

O paradigma Estrutura-Condução-Desempenho (Figura 1) ganhou notoriedade na produção acadêmica e nos estudos na área da economia industrial a partir da obra de Bain (1968). O paradigma tornou-se uma ferramenta básica de análise baseada no pressuposto de que o desempenho é resultado da condução das firmas, que por sua vez é determinada pelas características da estrutura da indústria. (KUPFER; HASENCLEVER, 2002)



Figura 1: Modelo da estrutura-conduta-desempenho

Os modelos ECD buscam, a partir das características da estrutura do mercado tirar conclusões acerca do seu desempenho em termos de alguma variável escolhida, supondo para isso que as condutas das empresas são fortemente condicionadas pelos parâmetros estruturais vigentes.

A estrutura é dimensionada pelas condições de oferta e demanda, pos-

suindo como características o número e o tamanho das firmas, a diferenciação de produtos, as barreiras à entrada, a estrutura de custos, a integração vertical e o grau de diversificação. De acordo com essa abordagem, a conduta está atrelada à estrutura da indústria, pois as firmas costumam adaptar sua metodologia de preços e quantidade ao mercado em que estão inseridas, podendo ser levadas à condutas indesejáveis do ponto de vista da alocação dos recursos produtivos. Dentro deste contexto, as características da conduta podem ser: políticas de preços; estratégias de produto e vendas; pesquisa e desenvolvimento; e, investimentos em capacidade produtiva.

Por sua vez, os resultados das firmas são intensamente influenciados pela sua estrutura, constituindo um indicador da alocação eficiente dos recursos, do atendimento das demandas dos consumidores, do grau de produção e das margens de lucros.

Assim, com a utilização deste paradigma torna-se possível identificar os fatores estruturais que condicionam as condutas de fixação de preços das empresas e, conseqüentemente, podem levar a situação de elevação abusiva de margens de lucro e prejuízos para os consumidores.

O paradigma apresentando surgio de vários resultados e questionamentos, que acabaram induzindo novos processos de revisão. Uma das lacunas identificadas foi a falta de importância atribuída às condutas e a performance das empresas. (KUPFER; HASENCLEVER, 2002; FERGUNSON; FERGUNSON, 1994). Conforme os últimos autores citados, a conduta e a performance podem alterar a estrutura mediante fusões, que afetam diretamente o número e a distribuição do tamanho das firmas; a inovação e a publicidade podem aumentar as barreiras de entrada; os preços predatórios podem forçar competidores a sair do mercado. Diante deste cenário Farina et al. (1997, p. 25), ao comentarem sobre a falta de importância para a conduta e o desempenho, consideram que mesmo que se “admita que haja efeitos retroativos da conduta das empresas e de seu desempenho sobre as mesmas condições básicas e sobre a estrutura, a relação causal fica estabelecida da estrutura para o desempenho [...]”. Os críticos também ressaltam a incapacidade do paradigma lidar com a existência de diferenciais de lucratividade entre empresas em uma mesma indústria. (KUPFER; HASENCLEVER, 2002).

No entanto, o paradigma ECD, mesmo com as suas limitações, é visto como um programa de pesquisa válido para a ação política, pois fornece um conjunto estruturado de ideias e dados empíricos que sugerem que o desempenho de uma indústria depende da conduta, sendo esta uma função da estrutura. (KUPFER; HASENCLEVER, 2002).

2.2 Aspectos teóricos acerca da concentração industrial

O cálculo da concentração, em seu sentido mais amplo, pode ser entendido como um indicador no estudo do controle exercido pelas grandes empresas sobre a atividade econômica. A concentração é uma medida que sintetiza a estrutura produtiva, uma vez que incorpora tanto aspectos tecnológicos relacionados ao porte, quanto à consolidação do poder de mercado de um setor. Segundo Farina (1997) o conceito de concentração industrial é extenso e profundo, pois, refere-se ao controle de uma grande proporção de uma determinada atividade econômica por uma pequena proporção dos participantes dessa atividade e, não somente ao número de participantes de um dado mercado como vários autores colocam. Ainda, no desenvolvimento do raciocínio acerca da concentração industrial Coelho (1979, p. 18) afirma que “o grau de concentração de uma indústria é o termômetro indicativo de sua estrutura competitiva e, por extensão, da relação performance real/potencial”.

Dentro da análise da concentração industrial, segundo Kon (1994), pode-se adotar dois enfoques: a) concentração global: relaciona-se a economia como um todo, ou seja, analisa-se uma parcela relativa do setor, por exemplo, 200 ou 300 maiores empresas, tendo como valores a produção ou as vendas; e, b) concentração de mercado: analisa-se nessa situação uma parcela reduzida de empresas dentro de uma determinada indústria.

Pode-se relacionar a concentração de mercado em duas dimensões de tempo: 1) estática, quando ocorre num determinado instante do tempo; e, 2) dinâmica, quando a avaliação da concentração ocorre dentro de um período de tempo, onde se verifica se ocorreu aumento ou redução desta concentração.

Dentro da funcionalidade das medidas de concentração da indústria, Kon (1994), afirma que esses estudos demonstram: a competição; o número de empresas envolvidas; o impacto sobre o nível de preços e produção; o tamanho das empresas; a capacidade de inovação; e, as barreiras de entradas de novas empresas. Ainda, segundo o autor, a análise desses fatores é indispensável para as empresas que já atuam no mercado e, também, para as novas organizações que possuem o interesse em ingressar no setor.

A estrutura de mercado possui forte influência na estratégia empresarial, conforme Kon (1994), a primeira é um dos fatores relevantes e determinantes da segunda, pois quanto mais concentrado for um setor mais prejudicial serão as estratégias de competição e de preços, ou seja, quanto mais concentrado o mercado, menos competitivo ele será.

Para Garcia e Neves (2003, p. 02) “indústrias altamente concentradas tendem a ter um desempenho aquém do desejado, porque, nem sempre, as empresas utilizam a ampliação dos limites de ação ou de seu poder de decisão em

função do bem estar da sociedade”. As empresas que fazem parte desse contexto tendem a alocar ineficientemente os recursos que dispõem devido à tranquilidade em que se encontram no mercado.

Diante dessa explanação, fica evidente a importância desse índice para demonstrar o andamento e desenvolvimento dos setores, pois segundo Porter (1999), a falta de concorrência faz com que as empresas não busquem inovar e melhorar seus processos produtivos, gerenciais e financeiros, não desenvolvendo vantagens competitivas em nível global, afetando assim o desenvolvimento da organização, do setor e da economia em que atuam.

Conforme Resende e Boff (2002, p. 73), as medidas de concentração “pretendem captar de que forma agentes econômicos apresentam um comportamento dominante em determinado mercado, e nesse sentido os diferentes indicadores consideram as participações de mercado dos agentes, segundo os critérios de ponderação”. Para a análise de mercado, uma das importantes medidas é o índice de concentração, que fornece uma síntese da concorrência existente em determinado mercado. Assim, quanto maior o valor da concentração, menor será o grau de concorrência entre as empresas, e mais concentrado estará o poder de mercado da indústria.

As medidas de concentração utilizadas para avaliar a concentração industrial, já descrita anteriormente, possuem segundo Resende e Boff (2002), o objetivo de fornecer um indicador sistemático da concorrência existente em um mercado. Nesse mesmo sentido Kon (1994) esclarece que a mensuração da concentração fornece elementos empíricos que permitem avaliar a situação de competição em um mercado, servindo também para comparações intertemporais que permitem examinar a sua dinâmica.

Pode-se subdividir as medidas de concentração, segundo Resende e Boff (2002) em parciais ou sumárias e positivas ou normativas. As medidas de concentração parciais fazem uso apenas de uma parte dos dados referentes à totalidade das firmas em questão, sendo utilizado como ferramenta o índice Razão de Concentração (Cr). As medidas sumárias se caracterizam pela utilização de todas as informações pertinentes à amostra estudada, sendo utilizado nesse caso o Índice de Entropia de Theil (ET) e Índice de Herfindahl-Hirschman (HH). Segundo Resende e Boff (2002), as medidas de concentração ainda podem ser divididas em positivas, as quais não dependem de qualquer parâmetro comportamental, limitando-se ao nível e distribuição de parcelas de mercado e, as normativas, que consideram também as preferências dos consumidores e interesses dos produtores, visando uma avaliação social.

Para efetuar o cálculo dos índices de concentrações Kon (1994), propõem três variáveis de referência que podem ser utilizadas, ou seja: a capacidade produtiva, que relaciona a quantidade física de produção a valores monetários

(vendas, valor adicionado); o número de empregados, que é influenciado pelas técnicas empregadas e pelo grau de automatização das diferentes empresas; e, finalmente, os ativos possuídos, ligado a capacidade produtiva, mas que apresenta dificuldade de comparação entre as diferentes técnicas de produção.

A funcionalidade desse índice é medir a representatividade de um número das maiores empresas em uma indústria, sempre tomando por base o indicador escolhido e já apresentado na seção acima.

O CR é definido como a parcela de mercado de um determinado número de empresas (k):

$$CRk = \sum_{i=1}^k S_i$$

Em que k representa o número de empresas escolhidas e S_i representa a participação da i-ésima firma no faturamento total do segmento a que ela se insere. Os valores de CR podem ser expressos em forma percentual ou decimal e representam as parcelas de mercado atribuídas às maiores empresas.

O referido índice possui uma variação entre 0 a 100, sendo que, quanto mais próximo estiver de 100, maior será a concentração da indústria, ou seja, um número pequeno de empresas é responsável por uma grande proporção do mercado e, conseqüentemente, a concentração industrial será alta.

No sentido de análise do índice, utilizou-se a classificação proposta por Bain (1968) o qual analisa a concentração de mercado utilizando as quatro maiores empresas do setor, e dessa forma classifica os mercados em: oligopólio concentrado – que apresenta percentual de CR igual ou superior a 75%; oligopólio moderadamente concentrado - percentual entre 50% e 74%; oligopólio pouco concentrado - entre 25% e 49%; e, finalmente, atomístico, com um percentual de CR inferior a 25%. (BAIN, 1968)

2.3 Medidas de desempenho organizacionais

É comum, ao se analisar o desempenho de organizações, valer-se de ferramentas de análise como as medidas de desempenho, por constituírem instrumentos objetivos de análise, quantificados em termos numéricos, relacionando grandezas e valores monetários. Hronec (1994, p. 1), enfatiza que as “medidas de desempenho são “sinais vitais” da organização. Elas quantificam o modo como as atividades em um processo, ou *output* de um processo, atingem uma meta específica”. Por meio dessas medidas são obtidas informações que permitem a avaliação do desempenho de um processo ou sistema, verificando se os objetivos

ou metas organizacionais estão sendo atingidos, contribuindo assim, para a definição de ações corretivas, caso necessário.

Neste estudo utilizou-se como medida de desempenho o retorno sobre o patrimônio líquido, pois esse cálculo identifica a rentabilidade dentro de um contexto operacional, econômico e financeiro do empreendimento em estudo (PADOVEZE, 2000). Como explica Matarazzo (2008, p. 181), o “papel do índice de rentabilidade do patrimônio líquido é mostrar qual a taxa de rendimento do capital próprio”, ou seja, demonstra o retorno sobre o capital investido pelos sócios/acionistas na organização.

O retorno sobre o patrimônio líquido constitui um índice, segundo Padoveze (2000, p. 160), “comparável para qualquer empresa, de qualquer setor, de qualquer país, de qualquer investimento”, pois a sua funcionalidade permite demonstrar o percentual de retorno que os acionistas/sócios da organização alcançaram mediante o investimento realizado. Para Matarazzo (2008, p. 397), “o que interessa para a empresa é o [...] retorno sobre o patrimônio líquido”, pois a sua evidenciação é fundamental na definição das estratégias empresariais. Partindo do percentual desejável é que a organização irá desenvolver atividades para atingi-lo, sempre com o intuito de remunerar os sócios/acionistas que investiram no negócio.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa está inclusa dentro do contexto estabelecido pelos estudos descritivos e exploratórios. Possui as características de um estudo de caso descritivo, pois o mesmo tem a premissa de desvendar a realidade proposta. Cooper e Schindler (2003, p. 129), destacam que a pesquisa descritiva tem o intuito de “[...] descobrir quem, o que, onde, quando ou quanto”. Este estudo tem a intenção de descrever a realidade vivida pelas empresas e o que está acontecendo dentro desta proposta. Também, é exploratório, pois como descrito por Gil (1999), enfatiza a discussão de um fenômeno ainda não tão abordado pela literatura.

Pesquisas que mesclam essas duas abordagens são para Gil (1999, p. 44), “[...] as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática”. A metodologia aqui proposta confirma a justificativa descrita pelo estudo, pois investiga a realidade da concentração industrial praticada pelo mercado calçadista brasileiro, a evolução deste índice juntamente com a variação de preços e o desempenho das maiores empresas que atuam nesse setor.

Para o desenvolvimento deste estudo utilizaram-se dados secundários apresentados pela Confederação Nacional da Indústria – CNI no que se refere ao faturamento total do segmento de calçados. Dados sobre o número total de

empresas e variação do Índice de Preços ao Consumidor - INPC publicados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados - ABICALÇADOS. As informações acerca do desempenho foram obtidas junto às demonstrações financeiras das empresas, no período de 2007 à 2010.

Quanto à classificação das quatro maiores empresas do setor, utilizaram-se dos dados fornecidos pela publicação Maiores e Melhores da Revista Exame.

Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, com a utilização de figuras e quadros, para demonstrar a evolução e a comparação das três variáveis estudadas.

Para o estudo utilizou-se a indicação da CR(4), ou seja, foi medida a concentração industrial das quatro (4) maiores firmas que atuam no setor escolhido, pois, conforme Resende e Boff (2002, p. 77), “nas aplicações empíricas, toma-se comumente $k=4$ [...]”.

4 O CASO DO SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO

O desenvolvimento da indústria calçadista brasileira iniciou no ano de 1824 quando da chegada dos imigrantes alemães no estado do Rio Grande do Sul, que trouxeram consigo a cultura do artesanato com o couro. O progresso calçadista brasileiro obteve crescimento juntamente com a eclosão da Guerra do Paraguai, entre os anos de 1864 a 1870. Após esse episódio surgiu a necessidade de ampliar o mercado comprador, surgindo assim alguns curtumes e fábricas de máquinas utilizadas na produção. A primeira fábrica de calçados surgiu no ano de 1888 no Vale dos Sinos – RS.

O aumento da comercialização e, por conseguinte a exportação da produção deu-se em meados da década de 60. Assim, os calçados brasileiros vêm ganhando mercado tanto nacional quanto mundial tornado-se, na atualidade, o segundo principal produto da balança comercial brasileira. (ABICALÇADOS, 2009).

A indústria calçadista, no ano de 2007, contava com 7.830 empresas, passando para 8.100 em 2008, reduzindo para 7.980 em 2009, sendo que, em 2010, o número volta a aumentar para 8.240 organizações fabricantes de calçados. A análise da evolução do número de empresas que compõem o setor, demonstra um aumento de 5,24%, quando se compara o número de empresas existentes em 2007 com as de 2010.

A Figura 2 demonstra a concentração industrial medida pelo CR(4). Verifica-se uma tendência de crescimento constante ao longo do período. No ano de 2007 o índice de concentração foi de 16,08%, passando para 20,39%, em 2008, na sequência, em 2009, foi de 25,32%, e, finalmente, em 2010 o indicador chegou ao nível de 26,74%. Nota-se um aumento de 66,29% na concentração,

quando comparados os dados de 2007 com os verificados em 2010.

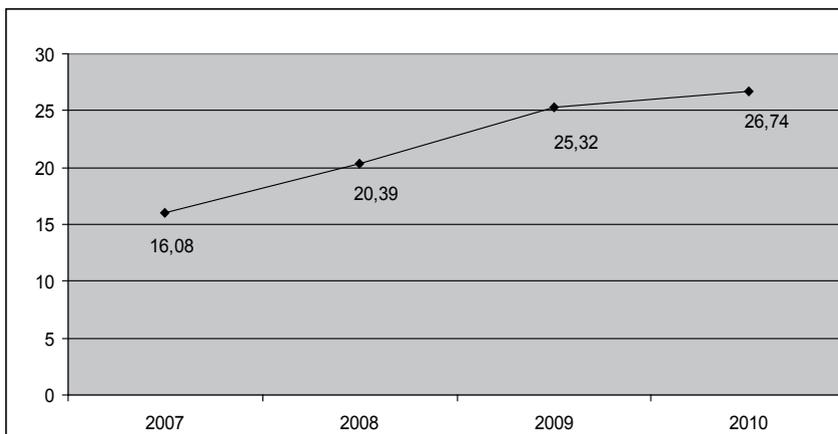


Figura 2: Evolução do Cr(4) do setor calçadista brasileiro

A Figura 3 apresenta a evolução da conduta do setor, pois é possível visualizar a evolução do Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, que demonstra a evolução da inflação dos preços praticados pelo setor calçadista.

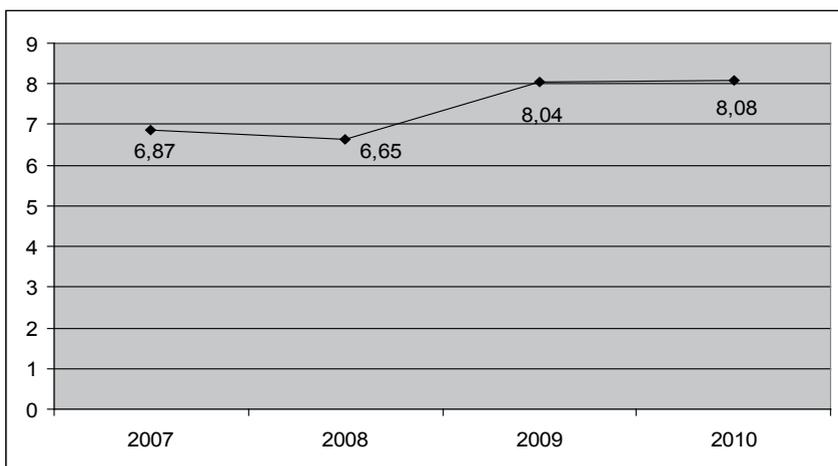


Figura 3: Variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA

Ao analisar a evolução do Índice de Preços ao Consumidor Amplo –

IPCA observa-se que: no ano de 2007 o índice era de 6,87%, passando para 6,65%, em 2008, em 2009 atinge 8,04%, e, finalmente, em 2010, verifica-se uma pequena variação em relação ao ano anterior, ao atingir 8,08%. Portanto, nota-se um aumento de 21,05% no índice no período 2007-2010.

O desempenho das empresas do setor, conforme disposto na metodologia, foi verificado por meio do Retorno sobre o Patrimônio Líquido – RPL. Devido à acessibilidade dos dados da pesquisa, no que tange ao desempenho, foram analisadas as quatro maiores empresas do setor, conforme demonstra a Figura 4.

Nesse sentido, observa-se que a empresa com maior participação no mercado, segundo o estudo da Revista Maiores e Melhores, teve um aumento de lucratividade, no período 2007-2010, de 222,03%, pois em 2007 seu retorno foi de 15,40%, ao passo que em 2010 atingiu 49,90%. A segunda empresa com maior participação de mercado teve um aumento de retorno de 72,65%, verifica-se que terminou o ano de 2007 com retorno de 20,33% e o ano de 2010 com 35,10% de retorno. No que tange a terceira empresa do setor, é possível observar que em 2007 seu retorno foi de 13,01% e em 2010 de 22,30%, ou seja, um aumento de 69,33% no período. Finalmente, a quarta empresa do setor, apresentou um aumento de rentabilidade de 75,65%, pois no ano de 2007 seu RPL foi de 10,02% e, em 2010, seu retorno sobre o patrimônio líquido foi de 17,60%.

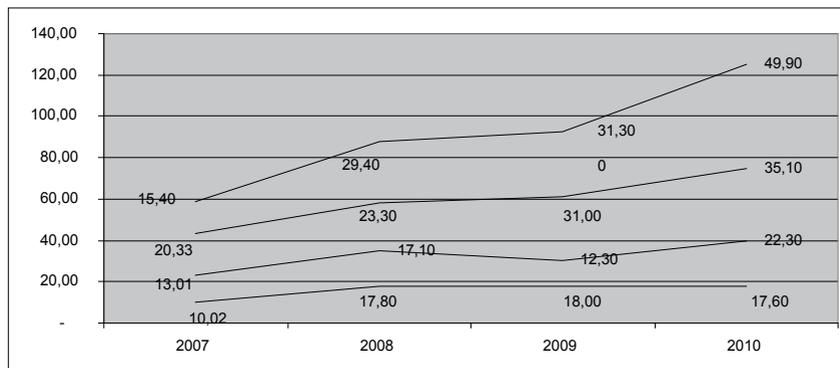


Figura 4: Evolução do desempenho das quatro maiores empresas do setor

O índice de desempenho apresentado na pesquisa pode ser analisado conforme a ótica dos dados históricos. Matarazzo (2008), apresentou um estudo com os índices médios de vários setores da economia brasileira, ou seja, um apanhado de dados com a média de vários índices utilizados na avaliação de empresas, inclusive o Retorno sobre o Patrimônio Líquido. De acordo com essa pesquisa o índice médio de retorno desta indústria está representado por um per-

centual médio de 13%. No caso das empresas estudadas os resultados foram, por conseguinte, superiores à média nacional em todos os anos analisados.

5 CONCLUSÃO

O índice CR(4) demonstra a evolução da concentração de mercado do setor calçadista brasileiro. Conforme a divisão proposta por Bain (1968) este setor, em 2007 e 2008, apresenta as características de um mercado atomístico, ou seja, com pouca concentração industrial quando analisadas as quatro maiores empresas. Entretanto, em 2009 e 2010 suas características determinam a existência de um oligopólio pouco concentrado.

O Índice de Preços ao Consumidor Ampliado do setor calçadista brasileiro, revelou um aumento significativo nos preços, tendo um aumento de 21,05% no período estudado. Nota-se aumento nos anos em estudo, com exceção de 2008 que assinala uma pequena queda em relação a 2007.

Quando analisado a evolução do índice de desempenho Retorno sobre o Patrimônio Líquido, pode-se perceber uma elevação significativa nesse indicador das quatro maiores empresas, pois todas elevaram suas rentabilidades. Destaca-se o alto índice de retorno das quatro maiores empresas, quando comparados com o índice padrão do setor.

Os dados expostos, interligados com a recente história da indústria calçadista brasileira, como destacado por Vanin (2007), permitem concluir que a indústria calçadista brasileira registra sensível perda de espaço no mercado frente à China, hoje o maior fabricante e exportador de calçados. Há, entretanto, um grupo de empresas entre milhares do ramo, que apresenta crescimento destacado. Nesse sentido, esse crescimento e a concentração das quatro maiores empresas, permite inferir que as mesmas, frente a essa situação externa, estabeleceram estratégias diferenciadas ao restante com o intuito de permanecer e não perder mercado.

Assim, essas empresas, possuem evolução diferenciada enquanto outras estagnam ou desaparecem, consequência da adoção de estratégias competitivas, ações inovadoras com concentração e direcionamento de esforços e visão de longo prazo.

Nesse sentido, constatou-se que o setor calçadista brasileiro em 2010 possui as características de oligopólio pouco concentrado. Os preços deste setor demonstram um aumento ao longo do período estudado, podendo este fato ser um reflexo da evolução diferenciada das maiores empresas do setor, as quais detêm poder diferenciado de mercado. Ainda esse fator associado ao aumento significativo do retorno de mercado, mostram que as maiores empresas do setor, estabeleceram estratégias diferenciadas, pois sua concentração em vendas

expandiu-se no período e seu retorno também.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS – ABICALÇADOS: **Resenha estatística 2011**. Disponível em: <www.abicalcados.com.br>. Acesso em: 03 maio 2012.

BAIN, J. S. **Industrial organization**. New York: John Wiley, 1968.

BOVESPA. **Relação com investidores**. Disponível em: <www.bovespa.com.br>. Acesso em: 03 maio 2012.

COELHO, C. N. de. **A organização do sistema de comercialização e desenvolvimento econômico**. Brasília. Coleção Análise e Pesquisa, v. 18, 1979. 63 p.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COUTINHO, L. G.; FERRAZ, J. C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 1995.

DIAS, M. F. P. et al. Estrutura conduta e desempenho da produção das vinícolas agrícolas: período de 1989 a 2006. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46., 2008, Rio Branco – AC. **Anais...** Rio Branco: SOBER, 2008. CD-ROM.

FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade: mercado, estado e organização**. São Paulo: Singular, 1997.

FERGUNSON, P. R.; FERGUNSON, G. J. **Industrial economics: issues and perspectives**. Chapter 2. London: MacMillan, 1994.

FERREIRA JUNIOR, S.; GOMES, M. F. M. Ajustamentos nas agroindústrias de biscoitos e massas alimentícias no Brasil, 1995 a 2001. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Rio de Janeiro, v. 44, n. 01, p. 079-098, jan./mar. 2006.

FIGUEIREDO, M. A. D. et al. Definição de atributos desejáveis para auxiliar a

auto-avaliação de sistemas de medição de desempenho organizacional. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 12, n. 2, p. 305-315, maio/ago. 2005.

GARCIA, L. A. F.; NEVES, E. M. Medidas de concentração industrial na moagem do trigo no Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ECONOMIA E GESTÃO DE REDES AGROALIMENTARES, 4., 2003, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: FEA/USP, 2003. CD-ROM.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

HRONEC, S. M. **Sinais vitais**: usando medidas de desempenho da qualidade, tempo e custos para traçar a rota para o futuro de sua empresa. São Paulo: Makron Books, 1994.

LOPES, H. C. et al. Mudança estrutural e desempenho. In: ENCONTRO GAUCHO DE ECONOMIA, 3., 2006, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: PUC, 2006. CD-ROM.

MACHADO, E. A. et al. Endogenia entre as variáveis de estrutura-conduta-desempenho: estudo empírico na indústria de laticínios do Brasil (1997-2006). In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 11., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2008. CD-ROM.

MELHORES e Maiores. Anuário da revista exame. Disponível em: <www.exame.abril.com.br/serviços/melhoresemaiores/>. Acesso em: 03 maio 2012.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**: abordagem básica e gerencial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTIN, S. **Industrial economics**: economic analysis and public policy. 2. ed. New Jersey: Prentice Hall, 1993.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial**: um enfoque em sistema de informação contábil. São Paulo: Atlas, 2000.

PORTER, M. E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

KLEIN, E. E.; GARCIA, R. **A cadeia couro, calçados e artefatos**. Relatório Panorama Setorial. Brasília, CGEE, 2007.

KON, A. **Economia industrial**. São Paulo: Nobel, 1994.

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

RESENDE, M.; BOFF, H. Concentração industrial. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Org.). **Economia industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

STEINDL, J. **Maturidade e estagnação no capitalismo americano**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

VANIN, J. A. Estratégias de competição das indústrias calçadistas brasileira: um estudo de caso. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIAS, 3., 2007, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Anpad, 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/3ES193.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2012.