

**MUDANÇA ESTRUTURAL E COMPETITIVIDADE:
Um estudo da alteração do padrão de concorrência do setor calçadista do Rio Grande do Sul**

Herton Castiglioni Lopes

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
Residente na Rua Duque de Caxias nº 968, Apto 202, cep 97010-200, Santa Maria/RS, e-mail
herton@unifra.br.

Pascoal José Marion Filho

Doutor em Economia pela Universidade de São Paulo (USP)
Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
Residente na Rua Floriano Peixoto, nº 611, apto 303, cep 97010-200, Santa Maria/RS, e-mail
pmarion@smail.br

Área temática de submissão

Estudos setoriais, cadeias produtivas, sistemas locais de produção.

Resumo

Este artigo trás como objetivo demonstrar a necessidade da avaliação do grau concorrência industrial para as empresas que competem no mesmo segmento de mercado, uma vez que isto reflete no desempenho e comportamento das mesmas. Tal fato é evidenciado através do estudo de caso da indústria calçadista do Rio Grande do Sul. Para esta análise utilizou-se como indicadores do grau de concorrência no mercado a razão de concentração (Cr) e o índice Herfindahl-Hirschman (HH). Os resultados mostraram que o setor apresenta um baixo grau de concentração de mercado, que também pode ser considerado como um alto índice de concorrência. No entanto, também se constatou que os referidos índices apresentaram significativo crescimento no período considerado, demonstrando que as transformações ocorridas no ambiente econômico dos últimos anos desencadearam tal fenômeno.

Palavras - Chave: Concentração; Competitividade; Indústria Calçadista.

1. Introdução

Os últimos anos deste século presenciaram grandes transformações tanto no ambiente econômico como social. Tais mudanças, muitas vezes caracterizadas pelo surgimento de novos paradigmas trouxeram consigo reflexos sobre os diversos agentes que compõem a sociedade atual. Para Castells (1999), por exemplo, nesse período, tivemos o surgimento de uma economia de escala mundial, caracterizada, principalmente, por uma revolução informacional. Isto acaba por repercutir diretamente nas indústrias locais influenciando as organizações e exigindo delas uma nova conduta, que se adapte a este novo contexto.

Sob este aspecto, todas as indústrias, independente do país ao qual pertençam sofreram as conseqüências destas transformações. No Brasil, o reflexo é sentido com maior intensidade a partir do início da década passada, quando a economia nacional passa por uma maior abertura de mercado, inserindo-se num modelo de concorrência que passa a se processar em âmbito mundial. Isto traz conseqüências diretas sobre as empresas nacionais que estavam acostumadas a atuar em um ambiente altamente protecionista e que não desencadeava grande preocupação com a melhoria de competitividade.

Diante deste contexto de reestruturação produtiva, Coutinho e Ferraz (1995) afirmam que as empresas nacionais não se mostraram aptas a superar a maioria das dificuldades, ou seja, não desenvolveram capacitação inovativa própria, o que acabou dificultando a possibilidade de superar as adversidades impostas pela concorrência e de criar e sustentar vantagem competitiva no mercado.

Além do aumento da concorrência enfrentado pelas indústrias nacionais decorrente da maior inserção do país no mercado internacional convém destacar também que as empresas brasileiras foram fortemente afetadas pela valorização cambial, política adotada pelo governo do país a partir do ano de 1994. A valorização da moeda nacional frente ao dólar acabou por prejudicar ainda mais as empresas locais, já que os produtos estrangeiros passaram a apresentar preços mais atrativos que os nacionais, prejudicando ainda mais o potencial competitivo das empresas domésticas.

Apesar da reestruturação repercutir diretamente nas empresas, ela não deve apenas ser entendida como um fenômeno interno a elas, pois na medida em que tais transformações ocorrem, também trazem alterações em toda a indústria na qual a empresa atua, o que acaba

mudando também toda a estrutura industrial e conseqüentemente afetando o padrão de concorrência do setor. Desta forma, o presente artigo trás como objetivo demonstrar a necessidade da avaliação do grau concorrência industrial para as empresas que competem no mesmo segmento de mercado, uma vez que isto reflete no desempenho e comportamento das mesmas.

Para atingir este objetivo é utilizada a análise do setor calçadista gaúcho, já que esta indústria além de ter sido afetada pelas mudanças no cenário nacional também sofre com o aumento da competitividade do calçado chinês que apresenta grande vantagem com relação ao custo da mão-de-obra. Além do mais, segundo Fensterseifer (1993) a competitividade da indústria de calçados gaúcha também é dependente, principalmente, da vantagem comparativa do custo da mão-de-obra e, desde seu surgimento, pouco evoluiu no sentido de adquirir vantagens competitivas mais nobres e sustentáveis no longo prazo.

Portando, a seguir este artigo apresenta o embasamento teórico referente a análise da concentração industrial (item 2), pois se admite uma relação inversa entre a mesma e o grau de concorrência de uma indústria, posteriormente trata-se da metodologia utilizada para elaboração deste artigo (item 3) e, em seguida, o trabalho trás o caso do setor calçadista gaúcho. Por fim, faz-se as considerações finais (item 4) com as conclusões do estudo.

2. Concentração industrial: aspectos teóricos

A literatura sobre concentração industrial é oriunda de estudos referentes à organização industrial. Segundo Farina et. al. (1997) tais estudos tinham como objetivo determinar quais as forças responsáveis pela organização da indústria, como estas forças se alteram ao longo do tempo e que efeitos podem ser esperados de mudanças na estrutura de uma indústria. Sendo assim, pelas afirmações da autora, através destes estudos é possível o entendimento de como se apresentam organizadas as empresas de determinado setor, assim como o esclarecimento da adoção, por parte delas, de determinadas ações que objetivam melhorar seu posicionamento no mercado.

Referindo-se a estrutura industrial, Bain (1968) menciona que ela se refere às características de organização que influenciam estrategicamente a natureza da competição e os preços dentro de determinado mercado, ou seja, a estrutura refere-se à maneira como as empresas

que integram uma indústria se organizam. Neste sentido, a afirmação de Bain (1968) mostra uma clara relação em que a estrutura de mercado é determinante do comportamento e, conseqüentemente, do desempenho das empresas. Ainda segundo o autor, os determinantes da estrutura de mercado tendem a não sofrer alterações expressivas em curto espaço de tempo. Sendo assim, a estrutura é relativamente estável no curto prazo, mas pode se modificar em períodos mais longos devido à dinâmica das relações industriais.

Normalmente, seguindo a linha de raciocínio da organização industrial, as principais variáveis que compõem o estudo de uma estrutura de mercado são o número de compradores e vendedores (variável utilizada para o cálculo da concentração), às barreiras à entrada, a diferenciação do produto, a integração vertical e a diversificação da produção. Dentre estas variáveis, como destaca Bain (1968), a concentração deve ser tomada como elemento básico, uma vez que se admite uma relação inversa entre concentração e concorrência. Portanto, servindo com bom indicador do nível de concorrência do mercado.

Pensamento semelhante é desenvolvido por Kon (1994). Segundo a autora a concentração industrial é visualizada como um dos determinantes estruturais mais relevantes da competição, pois, de acordo com a teoria econômica neoclássica, uma indústria muito concentrada e constituída por um pequeno número de grandes firmas prejudica a competição pelo fato de que estas são encorajadas a agirem de forma interdependente no que diz respeito à tomada de decisão sobre preços, produção e outros assuntos. Neste caso, quanto mais elevada a concentração de mercado, menos competitivo ele tende a apresenta-se, uma vez que poucas empresas possuem uma parcela significativa do mercado.

A moderna teoria de empresas examina a concentração a partir de dois enfoques: a concentração global que se refere à parcela de produção ou das vendas (ou qualquer outro indicador que possa ser tomado como base para o cálculo) da economia como um todo, que é responsável por um número relativamente pequeno de firmas, como por exemplo, a parcela de produção ou vendas das 200 ou 300 maiores firmas; e a concentração de mercado, que diz respeito à parcela de mercado detido por um número relativamente pequeno de firmas em uma indústria ou em um mercado individual (Kon, 1994).

A concentração de mercado pode ainda ser analisada de maneira estática ou dinâmica. Quando for analisada de maneira estática, a concentração é avaliada em um determinado ponto

no tempo, ao passo que, em termos dinâmicos, avalia-se seu acréscimo ou decréscimo ao longo do tempo. O Quadro 1 resume estas duas classificações.

CONCENTRAÇÃO	ESTÁTICA	DINÂMICA
GLOBAL	A concentração é medida em um determinado ponto do tempo, a partir de indicadores (produção, vendas, valor adicionado, etc.) das 100, 200 ou 300 maiores empresas do país.	Mede a evolução da concentração no tempo a partir de indicadores (produção, vendas, valor adicionado, etc.) das 100, 200 ou 300 maiores empresas do país.
MERCADO	A concentração é medida em um determinado ponto do tempo, a partir de indicadores (produção, vendas, valor adicionado, etc) das firmas da indústria.	Mede a evolução da concentração no tempo a partir de indicadores (produção, vendas, valor adicionado, etc) das firmas da indústria.

Quadro 1 - **Classificação das medidas de concentração**

Fonte: elaborado a partir de Kon (1994)

Kon (1994) afirma que a análise da evolução da concentração em uma indústria permite avaliar os efeitos sobre a competição não apenas com relação ao número de firmas envolvidas e seu impacto sobre o nível de preços e produção, mas também sobre a desigualdade nos tamanhos das empresas, sobre a capacidade de inovação e sobre as barreiras à entrada de novas empresas. Dessa forma, as mudanças no nível de concentração de uma indústria resultam de fatores que induzem a mudanças no poder das empresas individuais, levando à afirmação de que a alteração em variáveis como políticas estratégicas das firmas líderes podem levar a mudanças no grau de concentração do mercado e, conseqüentemente, na sua estrutura.

Além de proporcionar uma conduta interdependente das firmas em relação à produção e preços, a alta concentração também pode trazer outras conseqüências desfavoráveis para as empresas de um setor. Um exemplo disto é o fato de que estas firmas correm o risco de alocar seus recursos de forma menos eficiente que seria, no caso do mercado ser mais competitivo. Também a inovação e a melhoria contínua dos processos de produção e dos produtos tendem a ser desencorajadas. Além do mais, mercados pouco competitivos, também dificultam o desenvolvimento da eficiência organizacional e gerencial (Kon, 1994).

Pensamento semelhante é desenvolvido por Porter (1999). Segundo o autor, as indústrias desenvolvem vantagens competitivas em nível global quando o próprio mercado interno é competitivo, ou seja, a falta de concorrência faz com que as empresas não busquem inovar e

melhorar seus processos. Portanto, quando o ambiente é altamente concorrencial, progressista, dinâmico e desafiador, é que as empresas buscam meios de se tornar mais eficientes, de forma que, quando optam por atuar no mercado internacional, apresentam-se mais preparadas e propensas a atingir melhores resultados¹.

Por outro lado, a alta concentração também apresenta suas vantagens, pois pode proporcionar o crescimento das empresas até um tamanho considerável, resultando em um nível mais eficiente de produção a partir do ganho de economias de escala, que ocorrem, principalmente, pelo desenvolvimento tecnológico que gera menores custos e, conseqüentemente, preços em níveis mais elevados.

O aumento no nível de concentração pode ser proporcionado por uma série de fatores, dentre os quais, segundo Kon (1994), estão: o crescimento interno das firmas existentes, que afeta e pode diferenciar o tamanho das mesmas; as fusões; o declínio do tamanho do mercado para um produto determinado, quando as firmas maiores estão mais aptas para sobreviver e; a formação de *joint-ventures* entre firmas independentes. Por outro lado, fatores que podem proporcionar uma redução da concentração de mercado são: a entrada de novas firmas; o crescimento do tamanho do mercado; o fechamento de uma ou mais grandes empresas e o rápido crescimento de firmas médias ou menores e; a redução nos custos dos transportes, nacionais ou internacionais, e outras tarifas ou barreiras ao comércio.

Já para Steindl (1986), mudanças no grau de concentração também podem ser decorrentes das diferenças nas margens de lucro entre as empresas de uma mesma indústria. Dessa forma, no longo prazo, empresas que reduzam seus custos devido a economias de escala ou devido a qualquer tipo de inovação disporão de maiores taxas de lucro, conseqüentemente, maior capacidade de acumulação interna de capital e, assim, maior incentivo a investimentos. Segundo o autor, ocorrerá aumento de concentração se a taxa de acumulação interna for de magnitude suficiente para propiciar o crescimento de uma empresa além da taxa de expansão da indústria como um todo.

Comentando a afirmação de Steindl, Kon (1994) cita que, mesmo algumas empresas obtendo maiores taxas de lucro, elas ainda precisam de alguma forma garantir maior participação

¹ A hipótese de que o grau de competição está ligado positivamente relacionado ao desempenho em mercados internacionais foi testada por Kim e Marion (1997). Os autores realizaram uma pesquisa empírica em 32 indústrias alimentícias dos EUA e concluíram que a concentração de mercado apresenta-se negativamente relacionada às

relativa no mercado, pois só assim seu crescimento não será comprometido. Esta participação, segundo a autora, pode ser conseguida através de campanhas de vendas especiais, preços mais reduzidos, produtos de melhor qualidade ou ainda mediante campanhas publicitárias. Neste caso, se o tamanho do mercado não sofrer alteração, a expansão das grandes firmas deverá ocorrer mediante a redução da participação das demais empresas existentes no mercado, o que provocará um aumento da concentração através da eliminação de firmas já estabelecidas.

Magalhães e Sampaio (1999), comentando o fenômeno de concentração empresarial, afirmam que ela é resultado das mudanças ocorridas no ambiente econômico, dentre as quais os autores citam, principalmente, a internacionalização das economias e a terceira revolução industrial, que seriam as responsáveis por desencadear novos comportamentos por parte das empresas. Estas novas condutas, mencionadas pelos autores, é que são as responsáveis por modificar as estruturas de mercado e, ao modificá-las, também alteram o grau de concentração empresarial. Neste caso, isso tudo acaba sendo visto como uma tendência inerente à busca por novas formas de produção, assim como ao desenvolvimento tecnológico.

Seguindo a linha de raciocínio dos autores, a própria intensificação do grau de concorrência entre as empresas acabou levando à maior concentração, uma vez que muitos mercados, considerados atomizados², passaram a desenvolver grandes sociedades industriais com empresas de tamanhos consideráveis. Essas empresas foram estimuladas a aumentar sua participação relativa de mercado porque poderiam usufruir de duas vantagens. A primeira está relacionada à redução da instabilidade a que estão sujeitas as empresas atuantes em mercados altamente competitivos, porque seria reduzido o poder dos concorrentes a sua volta. Já a segunda, seria a obtenção das vantagens relativas a sua maior dimensão, tais como a redução dos custos unitários de produção, a integração vertical, a capacidade de investir em pesquisa tecnológica e desenvolvimento de novos produtos e a possibilidade de maiores lucros (Magalhães e Sampaio, 1999).

A literatura sobre concentração industrial propõe algumas técnicas para sua análise. Estas técnicas são conhecidas como medidas de concentração que, segundo Resende e Boff (2002), têm como objetivo fornecer um indicador sintético da concorrência existente em um mercado. Para

exportações destas indústrias (quanto mais concentradas, menor o sucesso como exportadoras), principalmente nos casos em que os bens comercializados eram considerados bens homogêneos.

² A expressão “mercados atomizados”, neste caso, refere-se à existência de um número muito grande de pequenas empresas, às quais não teriam, isoladamente, capacidade de influenciar as características da indústria.

Kon (1994) a mensuração da concentração fornece elementos empíricos que permitem avaliar a situação de competição em um mercado e serve também para comparações intertemporais que permitem examinar a dinâmica do mercado sob o ponto de vista da oferta. Dessa forma, pela afirmação da autora, na avaliação da concentração é importante não só diagnosticar o mercado em um ponto específico do tempo, mas também analisar sua evolução temporal, para observar a sua dinâmica.

O padrão concorrencial existente em um mercado, o qual os índices visam analisar, contribui para dar uma estrutura particular à indústria. Tal estrutura, na maioria dos casos, pode ser encarada como uma conseqüência do resultado (desempenho) obtido pelas empresas em determinado momento. Tal desempenho confere às empresas determinado poder de mercado dentro da indústria. Neste caso, é este poder que os índices de concentração visam capturar, o que permite constatar que quanto maior o índice, menor é o grau de concorrência entre as empresas e, conseqüentemente, mais concentrado estará o poder em uma indústria.

Sobre o cálculo da concentração, Kon (1994) afirma que normalmente são utilizados indicadores que seguem três critérios: a capacidade produtiva, o número de empregados e os ativos possuídos. A capacidade produtiva pode estar relacionada à quantidade física de produção, ou a valores monetários (valor das vendas, valor adicionado, etc.). O número de empregados também é normalmente utilizado para mensurar o poder das empresas, contudo, esta medida é influenciada pelas técnicas empregadas e pelo grau de automatização das diferentes firmas. Por fim, o indicador ativos possuídos está ligado à capacidade produtiva, porém, também apresenta a dificuldade de não comparação entre as diferentes técnicas de produção.

As medidas mais utilizadas para mensurar a concentração em uma indústria, e que serão utilizadas neste artigo são a razão de concentração (Cr) e o índice Herfindahl-Hirschman (HH), apresentados a seguir.

a) Razão de concentração (Cr)

Este índice mede a proporção representada por um número fixo das maiores empresas de uma indústria em relação ao total desta indústria, tomando-se como base o indicador escolhido. Seu cálculo é dado por:

$$Cr(k) = \sum_{i=1}^k P_i,$$

onde:

k = número de firmas que fazem parte do cálculo;

Pi = participação da i-ésima firma no mercado.

O índice apresenta fácil interpretação, pois varia de 0 (zero) a 100. Quanto mais próximo estiver de 100, maior é a concentração na indústria, ou seja, se um número pequeno de firmas é responsável por uma grande proporção da produção, das vendas ou do emprego da indústria, então a concentração é alta.

b) Índice de Herfindahl-Hirschman (HH)

O índice HH define-se pela soma dos quadrados da participação de cada firma em relação ao tamanho total da indústria. Este índice leva em conta todas as firmas da indústria e é calculado pela seguinte fórmula:

$$HH = \sum_{i=1}^n P_i^2$$

onde:

n = número de firmas no mercado;

Pi = participação da i-ésima firma no mercado.

O índice assume o valor máximo 1 (um), quando existe apenas uma empresa na indústria (monopólio) e assume seu valor menor, 1/n, quando as firmas têm participação igualitária no mercado. O valor de HH aumenta conforme aumenta a desigualdade entre as firmas pertencentes à indústria, apresentando-se, desta forma, como um bom indicador da situação de mercado. Convém salientar que, como se apresenta na fórmula, a participação de cada firma no mercado é elevada ao quadrado; portanto, o tamanho das firmas é levado em consideração, ou seja, as firmas menores contribuem menos que proporcionalmente para o valor do índice.

3. Aspectos metodológicos

Este trabalho pode ser considerado como uma pesquisa do tipo exploratória-descritiva. Caracteriza-se como exploratória porque se enquadra na definição proposta por Gil (1991) que afirma que tais pesquisas têm como objetivo desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias com o objetivo de proporcionar a formulação de problemas mais precisos e também hipóteses pesquisáveis para estudos que serão desenvolvidos posteriormente, também buscando proporcionar uma visão geral a cerca de determinado acontecimento. Por sua vez, também é considerado como uma pesquisa descritiva porque tem a função de descrever as características de determinado fenômeno, estando, portanto, relacionado ao objetivo do trabalho - demonstrar a necessidade da avaliação do grau concorrência industrial para as empresas que competem no mesmo segmento de mercado – que é atingido mediante a análise do setor calçadista gaúcho.

Para alcançar este objetivo, foram utilizados dados de origem secundária que constavam no cadastro industrial do Rio Grande do Sul. Através do referido cadastro, foi possível obter o número de empregados existentes em cada empresa calçadista do estado. A partir desses dados, foram calculados os índices de concentração referentes aos anos de 1991/92 e 1998/99. Para análise de tais índices, foi utilizada a classificação de mercados proposta por Bain (1968), que analisa a concentração de mercado utilizando-se das quatro maiores empresas do setor e, dessa forma, classifica os mercados em:

- CR_4 igual ou superior a 75% : Oligopólio altamente concentrado;
- CR_4 entre 50% e 74%: Oligopólio moderadamente concentrado;
- CR_4 entre 25% e 49%: Oligopólio pouco concentrado;
- CR_4 inferior a 25%: atomístico.

Com relação ao índice HH, conforme destacado anteriormente, de acordo com sua variação (entre $1/n$ e 1), é possível verificar o grau de concentração do mercado, pois quanto mais próximo estiver de $1/n$, menor a concentração; do contrário, quanto mais próximo de 1, mais concentrada apresenta-se a indústria.

Apesar da classificação anterior, deve-se lembrar que o mais importante na análise de tais índices é a sua evolução temporal (neste caso em intervalos anuais), ou seja, tanto o índice CR_4 quanto o índice HH terão maior representatividade quando for analisada a sua evolução, de modo

que possa ser observada a sua tendência. Sendo assim, embora os dados não estivessem disponíveis para os anos intermediários ao período em análise, nem para anos mais atuais, acredita-se que através dos anos utilizados (1991/92 e 1998/99) será possível diagnosticar o comportamento do grau de concentração na indústria. Dessa forma, o índice de concentração utilizado no presente artigo pode ser classificado como uma medida de concentração de mercado dinâmica já que analisa intervalos de tempo diferentes.

Ressalta-se ainda que, para o estudo ilustrativo proposto neste artigo, assume-se as seguintes hipóteses:

1º) *O grau de concentração para o setor em questão será baixo.*

2º) *O grau de concentração da indústria terá sofrido aumento no período analisado.*

A primeira hipótese é decorrente do fato que a natureza do processo de fabricação de calçados, segundo Lopes e Marion Filho (2005), não apresenta grandes dificuldades para o ingresso de novas firmas. Portanto, qualquer empresa que deseje entrar na indústria não encontrará grandes empecilhos. A segunda hipótese, por sua vez, decorre do fato que a maior concorrência, estimulada pelo ambiente econômico que se formou nos últimos anos, incentiva a maior concentração industrial como meio de sobrevivência para as empresas.

4. O caso da indústria calçadista do Rio Grande do Sul

4.1 A indústria calçadista gaúcha: breve histórico

A indústria calçadista do Rio Grande do Sul teve origem na região do Vale dos Sinos em meados de 1824 quando as primeiras colônias alemãs e italianas instalaram na região a atividade de curtumes. No entanto, segundo Vargas e Alieve (2000) as atividades relativas à fabricação de calçados foram desenvolvidas principalmente pelos imigrantes alemães que as realizavam, inicialmente, numa base artesanal e visando o consumo local.

Para Orssatto (1993) a indústria desenvolveu-se, inicialmente, com os imigrantes alemães fabricando chinelos de couro que eram comercializados no mercado local. Este processo tinha a característica de ser desenvolvido em pequenas oficinas, utilizando-se de trabalho familiar, portanto, ainda não sendo caracterizado como trabalho de fábricas ou manufaturas. Apesar disso,

sua evolução foi rápida principalmente na localidade que se tornou o município de Novo Hamburgo e, já por volta de 1907, as atividades de fabricação de calçados podiam ser denominadas de indústria calçadista.

Segundo a revista Lether (2004), após a Guerra do Paraguai (1864 a 1870), a indústria de calçados teve seu desenvolvimento acelerado, pois durante a campanha militar as fábricas de calçados aumentaram significativamente a produção. Também durante este período, em função da maior urbanização das cidades, ocorreu uma queda da demanda pelos produtos de montaria que ainda eram fabricados no local. Aliados, estes dois fatos contribuíram significativamente para o desenvolvimento dos curtumes e das fábricas de calçados que sofriam, neste momento, um processo de industrialização proporcionado pelo surgimento de algumas máquinas que facilitariam a atividade produtiva.

A produção de calçados tornou a crescer a partir de 1908, período em que o produto foi isento de alíquotas estaduais. No entanto, segundo Orssatto (1993), foi durante a década de 20 que ocorreu o maior desenvolvimento da indústria calçadista no Vale dos Sinos, em especial na cidade de Novo Hamburgo³. De acordo com o autor, este crescimento foi possível, principalmente, graças à instalação da usina hidrelétrica da Cascata do Herval que passou a abastecer a cidade.

Já para Vargas e Alievi (2000) a consolidação da atual configuração da indústria de calçados da região do Vale dos Sinos e conseqüentemente do Rio Grande do Sul deu-se ao longo das décadas de 1920 e também de 1930, pois favorecida pela maior integração dos mercados regionais a indústria aproveitou a oportunidade para a operação de empreendimentos com maiores escalas de produção. A década de cinquenta também é um período que merecer ser destacado para a indústria, pois, neste momento, devido ao maior processo de industrialização e urbanização ocorrido e a especialização na fabricação de sapatos femininos, o setor calçadista gaúcho reuniu condições para duplicar sua produção física.

No início da década de 60, o setor calçadista gaúcho era responsável por mais de 30% da produção nacional. Também durante este período, segundo a revista Lether (2004), ocorre uma verdadeira revolução no setor, pois surgiram as primeiras iniciativas exportadoras, uma vez que,

³ De acordo com Petry *apud* Orssatto (1993), em 1929 a produção de calçados para crianças foi ampliada em dez vezes e a fabricação para adultos aumentou em cinco vezes quando comparada a 1921.

os empresários observaram a necessidade de tentar aumentar o faturamento via exportações⁴, já que os calçados acabados representavam um produto de maior valor agregado que o couro salgado, exportado em grande quantidade na época. Cabe mencionar que ao longo da década de 1960, o setor já dispunha também de uma maior infra-estrutura e recursos necessários ao processo produtivo. Isto proporcionou que no período entre o final dos anos 60 e final da década de 80 o Estado Gaúcho se tornasse um dos maiores pólos exportadores do mundo, evoluindo, durante o período, de menos de 20.000 pares para 150.000 milhões de pares exportados ao ano.

Atualmente, o Estado gaúcho, mais especificamente a região do Vale dos Sinos, reúne um extenso conjunto de empresas e outros atores institucionais que operam em diferentes estágios da cadeia produtiva de calçados e, apesar da produção ser voltada principalmente para o público feminino, também existem diversas empresas que atuam na produção de calçados masculinos e infantis. Segundo Fensterseifer e Gomes (1993, p. 30 e 31), a especialização das empresas da região neste nicho específico de mercado trouxe vantagens do ponto de vista produtivo e competitivo, são elas: a) um mercado mais amplo em função das mudanças constantes de estilo presentes no segmento de calçados femininos; b) o fato de que o calçado feminino exige materiais menos resistentes e mais fáceis de trabalhar do que masculino; c) a tradição importadora do mercado internacional que é de calçados femininos.

Dentre os agentes que atuam no arranjo calçadista, além dos fabricantes de calçados, existem empresas prestadoras de serviços especializados, empresas de curtumes, fornecedores de máquinas e equipamentos, fabricantes de componentes e agentes de exportação, dentre outros. A indústria também possui uma excelente infra-estrutura, voltada para as atividades de pesquisa, desenvolvimento e recursos humanos. Isto a classifica como uma das mais dinâmicas do mundo.

Para a formação técnica de mão-de-obra, por exemplo, o setor conta com escolas de aprendizagem vinculadas ao Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) que preparam a mão-de-obra para atuar nas áreas de produção de calçados e de curtumes. Conta ainda, com a formação de profissionais de nível superior proporcionada pela Universidade do Rio dos Sinos (UNISINOS) localizada em São Leopoldo e pela Federação de Estabelecimentos em Nível Superior (FEEVALE) localizada em Novo Hamburgo (Vargas e Alievi, 2000).

⁴ O principal responsável pela propagação deste pensamento foi o empresário Bruno Petry, que no início da década foi o idealizador da excursão realizada por alguns empresários do setor que objetiva divulgar os calçados brasileiros no mercado americano. Anos mais tarde, os empresários tiveram a recompensa, pois as encomendas de calçados aumentaram significativamente e o calçado brasileiro passou a ser reconhecido no mercado mundial.

No que diz respeito ao apoio tecnológico, o setor possui o Centro Tecnológico do Calçado, entidade vinculada ao SENAI. Também possui o apoio do Centro Tecnológico do Couro Calçados e Afins (CTCCA), que se constitui em uma entidade sem fins lucrativos, cuja manutenção é feita por um conjunto de empresas associadas das áreas de calçados e artefatos, curtumes, máquinas e equipamentos, serviços e componentes.

4.2 Análise dos resultados referentes à concentração na indústria calçadista gaúcha

O desenvolvimento do setor calçadista gaúcho ocorre, inicialmente, com pequenas fábricas que atuavam mediante a produção em menor escala e destinavam seus produtos para o mercado local. No entanto, embora tenha se desenvolvido dessa forma, atualmente já existem empresas de maior porte que produzem calçados em grande quantidade. Neste caso, ganha importância a avaliação do grau de concentração das empresas calçadistas gaúchas, considerando, portanto, a parcela de mercado que cada uma das maiores empresas detém, já que a simples existência de empresas de grande porte não implica, necessariamente, em um mercado concentrado.

Conforme já destacado, para o cálculo do índice de concentração da indústria calçadista gaúcha foi utilizado como indicador o número de empregados existentes em cada empresa. O índice Cr foi calculado para as quatro maiores empresas do setor, enquanto para cálculo do índice HH levou-se em consideração todas as empresas existentes na indústria. O número de empregados existentes nas empresas é distribuído na Tabela 1, para os anos de 1991/92 e na Tabela 2, para os anos de 1998/99.

Tabela 1- **Número de empregados nas empresas calçadistas do RS em 91/92**

Empresas calçadistas	Número de empregados	Número de empresas
De 1 a 19 empregados	705	78
De 20 a 99 empregados	5.274	100
De 100 a 499 empregados	30.110	127
Mais de 500 empregados	93.823	69
Total	129.912	374

Fonte: elaborado a partir do Cadastro Industrial do RS 91/92.

No ano de 1991/92, as quatro maiores empresas eram a Musa Calçados S/A (6.400 empregados), a Reichert calçados Ltda. (5.302 empregados), a Calçados Azaléia Ltda. (5.159 empregados) e a Paquetá Calçados S/A (4.330 empregados). Com isso tem-se um Cr_4 de 16%, o que significa dizer que, em 91/92, 16% do total da indústria encontrava-se nas mãos das quatro maiores empresas do setor.

Por sua vez, o índice HH apresentou o valor de 0,0142 e, conforme já destacado, quanto mais próximo de $1/n$ (0,0026, neste caso) este índice estiver, menor a concentração na indústria, enquanto mais próximo de 1 (um) maior a concentração, mostrando, portanto, que a indústria, nesse período, era pouco concentrada.

Essa baixa concentração é confirmada pela análise do Cr_4 , pois, segundo a classificação dos mercados proposta por Bain (1968), uma indústria que apresenta uma razão de concentração, para as quatro maiores empresas, inferior a 25%, pode ser classificada como uma indústria atomística. No entanto, conforme já mencionado, é importante avaliar o grau de concentração de uma indústria não somente de forma estática, mas também mediante a observação de sua evolução temporal. Sendo assim, a Tabela 2 apresenta o número de empregados existentes nos anos de 98/99 para, em seguida, apresentar os valores referentes aos índices de concentração para a indústria.

Tabela 2 - **Número de empregados nas empresas calçadistas do RS em 98/99**

Empresas calçadistas	Número de empregados	Número de empresas
De 1 a 19 empregados	1.556	235
De 20 a 99 empregados	5.112	107
De 100 a 499 empregados	18.201	77
Mais de 500 empregados	66.100	42
Total	90.969	461

Fonte: elaborado a partir do Cadastro Industrial do RS 98/99.

Nos anos de 98/99, as quatro maiores empresas eram a Azaléia Calçados Ltda. (6.084 empregados), a Reichert Calçados Ltda. (4.612 empregados), a Paquetá Calçados Ltda (4.277 empregados) e a Calçados Beira Rio S/A (3.770 empregados). Com isso, o Cr_4 apresenta-se em 21%. Por sua vez, o índice HH apresentou o valor de 0,021. Sendo assim, observou-se um

acrécimo no grau de concentração da indústria no período analisado, em ambos os indicadores utilizados, pois o Cr_4 evoluiu de 16% para 21%, um acréscimo de 5 pontos percentuais, enquanto o HH passou de 0,0142 para 0,021.

5. Considerações finais

Frente as mudanças que vêm ocorrendo no ambiente onde as organizações atuam, analisar os acontecimentos que ocorrem em seu segmento industrial é de fundamental importância para qualquer empresa, uma vez que eles trazem como consequência a alteração no padrão de competitividade do mercado. Diante disso, este artigo teve como objetivo demonstrar a necessidade da avaliação do grau concorrência industrial para as empresas que competem no mesmo segmento de mercado, uma vez que isto se reflete no desempenho e comportamento das mesmas. Utilizou-se, para tanto, do caso do setor calçadista do Estado do Rio Grande do Sul.

Pela análise dos índices considerados para a indústria, observou-se, com relação ao CR_4 , que a indústria pode ser considerada, na classificação adotada neste trabalho, como atomística, o que significa dizer um grau de concentração extremamente baixo, indicando um mercado altamente concorrencial. Também foi possível constatar esta afirmação pela análise do índice HH, que também apresentou valor referente a uma indústria pouco concentrada. Desta forma, aceita-se a primeira hipótese adotada no trabalho, que a indústria é considerada como fragmentada.

Apesar desta baixa concentração, conforme mencionado ao longo do trabalho, também é fundamental proceder uma análise dos índices não somente de forma estática, pois os mesmos apresentam maior representatividade quando é analisado o seu comportamento ao longo do tempo. Nesse caso, também foi aceita a segunda hipótese considerada, a qual afirmava que o setor apresentaria um crescimento dos índices de concentração no período analisado, uma vez que o aumento da concorrência ocorrido nos últimos anos contribuiria para este fenômeno. No entanto, neste caso, não se deve encarar tal acontecimento como uma redução do grau de concorrência no setor, pois isto só estaria acontecendo se a indústria não sofresse a concorrência dos calçados fabricados externamente, em outras palavras, somente se estivesse restrita a um mercado menos globalizado, como era o caso do mercado nacional antes do processo de abertura econômica ocorrido nos anos 90. No entanto, ficou evidenciado que o conhecimento das

modificações ocorridas na estrutura da indústria, principalmente, no que diz respeito a concentração são de fundamental importância para as empresas do setor, já que estes resultados, além de influenciarem no padrão concorrencial, também servem como instrumento para formulação e implementação de estratégias por parte das empresas.

Por fim, cabe destacar que este artigo não procurou avaliar quais os fenômenos teriam contribuído para o aumento da concentração ocorrido na indústria. Portanto, sugere-se que estudos posteriores identifiquem, mediante entrevistas diretas com as próprias empresas, os fatores que, na opinião dos empresários, teriam provocado o fenômeno de concentração industrial. Dentre eles, podem ser pesquisados a realização de fusões ou aquisições por parte das empresas, o desaparecimento de algumas das pequenas fábricas ou o próprio processo de acumulação de capital, que pode ter causado crescimento de algumas empresas em nível superior às demais. No entanto, convém deixar tal análise para estudos mais detalhados sobre o assunto.

Referências Bibliográficas

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

CADASTRO INDUSTRIAL DO RIO GRANDE DO SUL. **FIERGS**. Porto Alegre, 1991/92.

CADASTRO INDUSTRIAL DO RIO GRANDE DO SUL. **FIERGS**. Porto Alegre, 1998/99.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 2º ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

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

FARINA, E. M. M.Q.; AZEVEDO, P.F.; SAES, M.S.M. **Competitividade: Mercado, Estado e Organização**. São Paulo: Editora Singular, 1997.

FENSTERSEIFER, J.E.; GOMES, J. A. A análise da cadeia produtiva do calçado de couro. IN FENSTERSEIFER, J.E (Org). **O complexo calçadista em perspectiva: tecnologia e competitividade** . Porto Alegre: Ortiz, 1995.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

PORTER. **Competição = on competition: estratégias competitivas essenciais**. 8º ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

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

KIM, D.; MARION, B.W. Domestic Market structure and performance in global markets: theory and empirical evidence from US food manufacturing industries. **Review of industrial organization**. Netherlands, nº 12, p. 335 a 354, 1997.

LEATHER. **O vale do sapato**. Disponível em www.leather.com.br. Acesso 12 de jul. de 2004.

LOPES, H. C.; MARION FILHO, P. J. **As barreiras à entrada como instrumento para implementar estratégias e influenciar o desempenho competitivo das empresas**. Simpósio de engenharia de produção. XII SIMPEP. Bauru, 2005.

MAGALHÃES, J. C.; SAMPAIO, O. C. A concentração de empresas e a competência do CADE. **Revista de direito mercantil, industrial, econômico e financeiro**, São Paulo, a. 37, n. 113, p. 30 – 44, jan./mar. 1999.

ORSSATTO, R. .J. A influencia dos modos de racionalidade na reestruturação das indústrias calçadistas de Novo Hamburgo. IN FENSTERSEIFER, J.E. **O complexo calçadista em perspectiva: tecnologia e competitividade** . Porto Alegre: Ortiz, 1995.

RESENDE, M.; BOFF, H. Concentração industrial IN KUPFER, D. e 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.

VARGAS, M. A.; ALIEVE, R. M. Arranjo produtivo coureiro-calçadista do Vale dos Sinos (RS). **Arranjos e sistemas produtivos locais e as novas políticas de desenvolvimento industrial e tecnológico**. Nota técnica 19. Rio de Janeiro: IE/UFRJ, 2000. Disponível em www.finep.gov.br. Acesso: 21 de jul de 2004.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.