

123

10407
Monografia de Bertoldo



1290000886



IE

TCC/UNICAMP B462e

A ESTRUTURA DE CUSTOS E A

DO PREÇO DE VENDA

Um Estudo de Empresas do Setor Têxtil

Alexandre Werneck Bertoldo

Monografia Apresentada ao
Instituto de Economia da
Universidade Estadual de
Campinas.

2004.11 por Alexandre Bertoldo

M 123

Campinas - 1991. /

reproche

Aos meus Pais

RECONHECIMENTOS

A minha família e à Andrea, pelo que suportaram; ao professor Jose Newton Cabral Carpintero, pelo apoio e paciente orientação; ao professor Miguel Juan Badio, pelas valiosas sugestões e informações; ao professor Luiz Antônio T. Vasconcelos e à professora Maria Carolina A. F. Souza, pela disposição em me auxiliar; a Renato Baractat e a Paulo E. Camargo, pelos preciosos dados; e, por último e mais importante, ao meu amigo Walter pelo grande incentivo e apoio incondicionais.

SUMÁRIO

	PÁG.

Apresentação.....	01
Capítulo 1- Algumas Considerações Teóricas acerca da Formação de Preços numa Economia Capita- lista.....	02
Capítulo 2- Breve Caracterização do Setor Têxtil.....	16
Capítulo 3- A Estrutura de Custos e a Formação de Preços na Indústria Têxtil.....	43
Bibliografia.....	52

APRESENTAÇÃO

O objetivo deste trabalho é estudar a estrutura de custos e o processo de determinação de preços de venda na economia capitalista. Dadas as limitações em termos de acesso às informações de um setor econômico, optou-se pelo método de "estudo de caso". Destarte, o presente estudo pretende discutir tal objeto em algumas empresas do setor têxtil, abrangendo algumas etapas da cadeia de produção e distribuição do complexo têxtil. Para os fins que este estudo tem por finalidade e consoante entendimento do Ministério da Infra-estrutura, da Confederação Nacional da Indústria e da Confederação Nacional da Indústria Têxtil, compreendem-se, na classificação de indústria têxtil, as atividades de produção de fibras, produção de fios, produção de tecidos planos (tecelagem), produção de tecidos de malha (malharia), produção de panos não tecidos, beneficiamento de têxteis (tinturaria, estamparia, acabamento) e confecção.

Em primeiro lugar, procura-se fornecer elementos conceituais que permitam constituir um referencial mínimo para a compreensão do processo de formação de preços numa economia capitalista. Num segundo momento, passa-se, então, à caracterização do setor têxtil tendo como pano de fundo a tipologia das estruturas de mercado apresentada no primeiro capítulo. Esse estudo leva, então, a um levantamento das estruturas de custos e das políticas de preços vigentes em algumas empresas inseridas nos elos da cadeia produtiva e distributiva pertencentes ao nosso escopo. Ao cabo deste trabalho, procura-se avaliar tais estruturas de custos e políticas de preços à luz das considerações objeto dos dois primeiros capítulos.

CAPÍTULO 1

Algumas Considerações Teóricas acerca da Formação de Preços numa Economia Capitalista

Um dos principais problemas que surgem quando se decide fixar o preço de venda de uma mercadoria consiste na determinação dos principais fatores a serem levados em consideração. A ênfase nos diversos elementos se altera conforme encaremos este processo sob a ótica dos administradores, dos economistas ou a dos contadores.

O preço de venda fixado por uma firma pode ser afetado por elementos de cunho psicológico, sociológico, jurídico, econômico e de custo.

No que se refere aos fatores psicológicos, um exemplo seria o dos "preços quebrados" [LERE (1979, p.2)], ou seja, o hábito de se estabelecer um preço terminado em nove.

Os fatores sociológicos podem ser percebidos quando da criação de um modelo caro em uma linha de produtos de uma firma qualquer para elevar o "status" de toda a linha.

Já no caso das influências legais sobre a fixação de preços, um dos exemplos mais patentes a nós brasileiros é, sem dúvida, o do congelamento de preços.

Elementos privilegiados neste estudo, ao lado dos custos, os fatores econômicos sobre a determinação dos preços sugerem, em

linhas gerais, com que tipo de decisão sobre preços a empresa se defronta. Isto deve ser determinado antes dos preços serem fixados. Adiante discorreremos sobre diversos modelos de fixação de preços. A adequação de cada um destes modelos dependerá da estrutura de mercado na qual a firma se insere.

Neste sentido, uma breve apresentação de uma tipologia das estruturas de mercado, capaz de dar suporte à análise da dinâmica de uma economia capitalista moderna, pode ser útil para ajudar a entender melhor os métodos de formação de preços que iremos discutir logo adiante. Refiro-me, especificamente, à tipologia proposta por POSSAS (1987, cap.4), que sugere as seguintes estruturas de mercado principais:

- oligopólio concentrado;
- oligopólio diferenciado;
- oligopólio diferenciado-concentrado ou misto;
- oligopólio competitivo; e
- mercados competitivos.

Pode-se caracterizar o oligopólio concentrado, no que tange às formas de competição, pela ausência de diferenciação dos produtos, dada a sua natureza essencialmente homogênea, pouco passível de diferenciação. Visto tratar-se de um oligopólio, marcado, ademais, pela alta concentração técnica, em que poucas unidades produtivas detêm parcelas substanciais da produção do mercado, a competição em preços deve também ser descartada como procedimento usual. A disputa pelo mercado, quando couber, ditar-se-á pelo comportamento

do investimento em face do crescimento da demanda. No que se refere à inserção na estrutura produtiva, de modo geral, os oligopólios concentrados localizam-se na fabricação de insumos básicos industriais e de bens de capital com grau mínimo de padronização que requeira economias de escala.

O oligopólio diferenciado é notório pelo fato de que a natureza dos produtos fabricados permite às empresas a disputa pelo mercado através da diferenciação do produto, como forma predominante. Não obstante não esteja inteiramente rejeitada, a concorrência em preços não é expediente habitual, não somente porque, como em qualquer oligopólio, ela poderia comprometer a estabilidade do mercado e a própria sobrevivência das empresas, mas também porque o esforço permanente de vendas, em um nível elevado, requer "mark ups" muito elevados e rígidos e baixas qualquer alteração irregular de preços teria uma incidência proporcionalmente grande sobre os custos indiretos unitários, que são muito elevados, devido às despesas de publicidade e comercialização, afetando seriamente as vendas e/ou o nível dos lucros. O oligopólio diferenciado está presente em indústrias de bens não-duráveis de consumo, tipicamente farmacêutica, perfumaria, cigarros e bebidas.

O oligopólio diferenciado-concentrado ou misto, por sua vez, caracteriza-se pela combinação de elementos dos dois tipos de oligopólio supracitados. Essa união resulta da diferenciação de produtos como forma de competição por excelência, juntamente com os requisitos da escala mínima e eficiência associados, em maior ou menor grau, à produção dos bens duráveis de consumo que configuram este tipo de mercado.

O oligopólio competitivo caracteriza-se pela concentração relativamente alta da produção, isto é, pelo facto de que algumas firmas detêm considerável participação no mercado, o que permite tratá-lo como oligopólio; todavia, ao mesmo tempo, pela possibilidade de valer-se da competição em preços para ampliar as fatias de mercado das unidades melhor situadas, tendo em vista a coexistência com firmas "marginais", relativamente pouco resistentes à eliminação mas que ocupam um espaço considerável no mercado. Esta conformação é verificada em muitas atividades, especialmente na produção daquelas bens de consumo não-duráveis cuja possibilidade de diferenciação sistemática é limitada, tais como têxteis, calçados e produtos alimentícios pouco diferenciáveis.

Finalmente, os mercados competitivos caracterizam-se pela desconcentração ligada à ausência de barreiras à entrada e à competição de preços.

Outra questão importante relacionada à formação de preços diz respeito aos custos das mercadorias. Estes devem ser recuperados no momento das vendas das mercadorias de uma empresa. Esta recuperação dos custos se faz através da formulação do preço de venda para cada mercadoria, preço que, além de cobrir os custos deve propiciar uma margem de lucro cuja determinação, embora tenha como referência os custos, depende em larga medida do tipo de mercado e da particular forma de inserção de uma dada empresa neste mercado.

Isto posto, convém, antes de passarmos às técnicas de fixação de preços, introduzir o conceito de sistemas de custo, ou

seja, as formas pelas quais as empresas transferem os custos para o preço de venda de seus produtos. Para definir aquele a ser adotado como método de apropriação dos custos de seus produtos, uma empresa deve já ter identificado sua estrutura de custos e receitas, assim como ter em mente o objetivo de controle dos custos.

Para CARPINTÉRO & BACIC (1985), "um sistema de custeio permite a uma empresa [...] determinar o seu preço de custo para determinada unidade de produto. Este preço de custo, formado internamente na empresa, se contrapõe ao preço de venda existente para certo produto num mercado, o qual é determinado, de acordo com SYLOS-LABINI (1983), por a) extensão absoluta do mercado; b) elasticidade de demanda; c) diferentes tecnologias existentes; e d) os custos das empresas concorrentes. O preço de venda existente em um mercado é o que define em última instância a margem de lucro que uma empresa pode obter como também a possibilidade de repassar efetivamente todos os custos indiretos carregados no produto".

Ainda, consoante CARPINTÉRO & BACIC (1985), os sistemas de custeio de maior utilização são o sistema de custeio integral e o sistema de custeio variável. Aquele, como o próprio nome indica, consiste num método através do qual cada produto de uma empresa absorve tantos custos diretos - ou seja, que podem ser diretamente relacionados com as unidades produzidas - quanto custos indiretos - o inverso daqueles e é aplicado por intermédio de taxas ou por absorção. O sistema de custeio variável, por sua vez, é o método que transfere ao produto somente os custos variáveis, ou seja, aqueles

originados pela produção e venda do produto. Nas palavras dos autores supracitados, "o sistema de custo variável é o que representa com maior rigor o que de fato ocorre na realidade em termos de cálculo dos custos dos produtos de qualquer empresa industrial. Apesar disso, [...] a utilização do sistema de custo total pode fornecer mais informações para controle de custos ao nível setorial (ou departamental) na estrutura da empresa, e permite estabilizar a concorrência quanto a preços ao fornecer os "critérios lógicos" de formação e alteração de preços".

Para MARTINS (1990, cap.17), o mercado é o grande responsável pela fixação dos preços, e não os custos de obtenção dos produtos. O autor afirma que muito provavelmente uma empresa analisará seus custos e despesas para verificar a viabilidade de trabalhar com um determinado produto, cujo preço é marcadamente influenciado, ou até mesmo fixado, pelo mercado, e não fixará o preço em função daqueles custos ou despesas. Isto posto, sob a guarida deste elemento de influência que é o mercado, sobre o qual já discutimos no início deste capítulo, surge o conceito de "margem de contribuição", que auxilia nas tomadas de decisões sobre a fixação do preço de venda. Este diz respeito à diferença entre a receita e o custo variável de um determinado produto ("margem de contribuição por unidade"), isto é, o valor que cada unidade deste produto traz efetivamente à empresa como excedente entre sua receita e o custo que de fato provocou e lhe pode ser imputado sem erro. Multiplicada pelas

quantidades vendidas, esta "margem de contribuição por unidade" perfazera a "margem de contribuição total" deste produto. Bastará, então, verificar se esta última é suficiente para cobrir os custos fixos e ainda fornecer um lucro mínimo desejado. Convém ressaltar, ademais, que, dentre as diversas alternativas de preço de venda de um produto, não é melhor aquela que dá maior "margem de contribuição por unidade", o que ocorreria somente se a quantidade vendida fosse sempre a mesma; variando as quantidades, dentre todas as diferentes alternativas, é mais atrativa aquela que fornece a maior margem de contribuição total.

Dentre as diversas técnicas de fixação de preços, a formação de preços por margem simples é, talvez, segundo LERÉ (1979, cap.6), a mais fácil e a mais comum, bastando para o responsável pelos preços conhecer o custo do produto, o qual, geralmente, é calculado através do sistema de custo total. Este custo do produto, portanto, inclui todos os custos fixos e variáveis de produção, mas não inclui qualquer custo de venda e administrativo em que a empresa tenha incorrido para fazer com que o produto chegasse às mãos do comprador. Pode-se usar uma margem uniforme para todos os produtos de uma firma; dividir os produtos em várias linhas, ou grupos, e utilizar diferentes margens para cada um deles; ou ainda, utilizar margens diferentes para cada um dos produtos.

A ideia que se encontra no cerne da determinação da margem é considerá-la de forma que a firma possa cobrir todos os custos associados à produção, à venda e à distribuição, e obtenha um "lucro aceitável" como resultado da venda. Todavia, a firma, ao determinar

O percentual da margem, deve procurar não estabelecê-lo em um nível tão elevado que o produto não possa ser vendido com êxito. Determinado o percentual da margem a ser utilizado, deve-se multiplicá-lo pelo custo do produto para obter a margem em unidades monetárias, a qual deve ser somada ao custo do produto para determinar o preço. Cabe frisar que o responsável pela fixação do preço deve levar em consideração: a facilidade de emprego deste método; o fato de ser comumente empregado por muitas firmas; a possibilidade de viabilizar seu trabalho quando da existência de muitos produtos; a falta de uma ligação entre este método e quaisquer objetivos específicos da firma; a possibilidade deste método levar a decisões incorretas da administração dessa firma; e a relação aparente entre custo e preço enfatizada por este método, visto que esta relação pode de fato não existir.

Em muitas indústrias apresenta-se uma situação em que a firma não fixa o preço no sentido habitual, mas aceita o fixado por outra firma. Esta situação chama-se, de acordo com LERE (1979, cap.7), "liderança de preços", e as empresas que adotam o mesmo preço são denominadas "seguidoras de preço". Líder de preços é a empresa cujos aumentos servem de sinal, ou seja, o aumento de preços da líder é um sinal para outros produtores de que os custos aumentaram.

tendo atingido um ponto em que os preços precisam ser aumentados para proteger o nível de lucro necessário para garantir a posição da administração da empresa. A posição da líder de preços é mantida até

que as outras sigam esta liderança. Portanto, a concorrência pode negar o aumento de preço de uma líder. A decisão sobre fixação de preços da seguidora é, obviamente, de aceitação deles, isto é, a seguidora de preços não o calcula diretamente mas decide se o seu preço, ou o aumento, anunciado por outra empresa da indústria, é oportuno. Ao determinar esta oportunidade, a seguidora de preços pensa em termos de sua própria lucratividade a longo prazo. Se ela anunciar um aumento de preço de acordo com o previamente noticiado pela líder, é sinal de que a seguidora acha o preço aceitável e que seus lucros, com este preço, serão aceitáveis para seus acionistas.

Ha uma outra forma de aceitação de preços, quando o preço aceito não é calculado por uma das firmas, mas por todas elas. Esta situação caracteriza os mercados chamados competitivos, ou seja, cujas firmas possuem produtos facilmente produzidos e vendidos por muitas concorrentes e fixam seus preços pelo método da aceitação. O responsável pela fixação de preços de uma firma cujo produto pode ser fabricado com relativa facilidade por outras empresas deverá verificar o grau de desenvolvimento da indústria na qual sua firma se insere. A indústria pode estar numa etapa em que, com uma fixação de preços cuidadosa, possa desestimular outras empresas a entrar no ramo, ou numa etapa em que a indústria esteja repleta de concorrentes. Caso a indústria esteja na primeira etapa, o responsável pela fixação de preços precisará determiná-lo seguindo a orientação da taxa de retorno estabelecida como meta ELERE (1979, cap.8)3, discutida mais adiante. Ao seleccionar a meta, ele deverá escolher uma suficientemente baixa para que as empresas candidatas não vejam vantagem

em explorar aquela indústria. Se estiver na segunda fase, o responsável pela fixação dos preços só poderá optar por funcionar e vender ao preço de mercado, ou por encerrar suas atividades. A decisão deverá basear-se principalmente na lucratividade da alternativa. O responsável pela fixação dos preços tem uma outra responsabilidade nesta situação: estar sempre alerta para outras alternativas de investimento mais aceitáveis do que o produto atual.

Cabe agora nos dedicarmos a um dos métodos mais complexos de fixação de preços, de acordo com LERE (1979, cap.ii), ou seja, aquele para a obtenção de uma taxa de retorno estabelecida como meta. Quando do cálculo de um preço-meta, devemos partir do custo do produto por rateio, adicionando a ele uma alocação de custo comercial (de vendas e administrativo) por unidade. Para transformar este valor em preço, soma-se o preço-meta unitário. Este é o produto da taxa de retorno estabelecida como meta, pela administração, pelo investimento necessário para atingir as vendas projetadas pela firma. Este último é difícil de ser determinado porque algumas de suas partes variam com o nível de vendas e outras não o fazem. Portanto, é preciso determinar e resolver uma expressão algébrica para encontrar o preço-meta da empresa. O preço é o custo unitário mais o lucro unitário desejado. Este é o investimento necessário multiplicado pela taxa de retorno estabelecida como meta, dividido pelo número de unidades a serem produzidas. Não obstante, a própria natureza do cálculo do preço-meta revela que algumas empresas podem apresentar uma situação econômica que não se coaduna com esse método de fixação de preços. Para elas, este é inadequado e as razões para tanto podem ser divididas em dois grupos: características da indústria e características da empresa.

As primeiras referem-se à: capacidade de controlar ou afetar o mercado de modo que o preço fixado seja significativo; capacidade de estimar certos dados com razoável segurança; e visão de longo prazo das atividades. Tais características estão inter-relacionadas, ou seja, se uma empresa apresentar uma delas, é provável possuir todas. Em se tratando das características da empresa, por outro lado, sua administração deverá determinar seus objetivos e as normas que seguirá para atingi-los para poder empregar a técnica de fixação de preços para estabelecer uma taxa de retorno como meta com sucesso.

Dentro ainda da visão de LERE (1979, cap.13), os economistas elaboraram um esquema para fixar os preços que, se efetivamente aplicado, permitirá o maior lucro possível. O único problema causado por este esquema é que ele pressupõe a existência de dados que a maioria das empresas acha difícil obter. Os economistas, para o autor, aconselham a fixar um preço que iguale a receita marginal ao custo marginal. Para determinar a receita marginal, a empresa precisa de uma aproximação de sua curva de procura. Esta curva pode ser estimada pelo método do pequeno mercado-teste, ou por análise de regressão. Ambos os métodos levam apenas a valores aproximados da receita marginal. Estes valores, juntamente com os dados de custo marginal, ou seja, o aumento no custo total da empresa resultante do aumento de uma unidade de produção, permitem que o responsável pela fixação do preço siga a "regra dos economistas". Contudo, a dificuldade de se chegar às aproximações e o fato de que elas não passam de aproximações tornam bastante questionável a utilidade dessa técnica.

Consoante KOTLER (1989, cap. 12), quando uma empresa pensa em alterar seus preços, deve considerar cuidadosamente as reações dos consumidores e dos concorrentes. A reação provável dos consumidores está resumida no conceito de elasticidade-preço da demanda. Há diversas maneiras de se estimar a elasticidade-preço e alguns problemas de sua interpretação, mas é um dado importante na determinação de quanto seria ganho com a alteração do preço. As reações dos concorrentes também devem ser levadas em consideração e elas dependem muito da natureza da estrutura do mercado e do grau de homogeneidade do produto. As reações dos concorrentes podem ser estudadas na pressuposição de que elas fluem de uma política de reação conjunta ou de uma avaliação nova do desafio, cada vez que ele ocorre. A empresa iniciando a alteração de preço deve levar também em consideração as reações prováveis dos fornecedores, dos intermediários e do governo.

A empresa que vê uma alteração de preço deve procurar entender a intenção do concorrente e a provável duração da mudança. Se almejar uma reação rápida, a empresa deve planejar antecipadamente suas reações para diferentes possíveis desenvolvimentos de preços.

Cabe agora, por derradeiro, tecer breves comentários acerca do comportamento da determinação de preços em estruturas de mercado oligopólicas, com fulcro em SCHERER (1979). Isto posto, podemos tomar como ponto de partida o fato de que quando a concentração do mercado é alta, as decisões de preços dos vendedores são interdependentes, e as firmas envolvidas não podem deixar de reconhecer sua mútua interdependência. Se forem inteligentes, os dirigentes de firmas oligopólicas reconhecerão também que os lucros serão mais elevados quando se adotarem políticas cooperativas do que quando cada

firma buscar apenas seu próprio interesse individual. Consequentemente, devemos esperar que as indústrias oligopolísticas revelem uma tendência para a maximização de lucros coletivos, aproximando-se do comportamento de preços associado ao puro monopólio. Entretanto, a coordenação das políticas de preços para maximizar lucros coletivos não se dará facilmente, especialmente quando as disparidades de custo e parcelas de mercado gerarem preferências de preços e produção conflitantes entre membros da indústria. Entre os fatores que levam à cooperação figuram a comunicação livre e rápida entre as firmas, as transações repetitivas, as expectativas de que as reduções de preços serão prontamente contraditadas, a disposição dos membros da indústria de substituir instantâneas retificações de preço por flutuações de inventários e pedidos acumulados e a confiança nos sinais de "feedback" procedentes dos pedidos e inventários, e não nas debéis regras marginais como guias para a determinação da produção.

Todavia, esta cooperação para manter os preços acima do nível competitivo tem tanto menos probabilidade de sucesso quanto menos concentrada for uma indústria; quanto maior for a margem competitiva; quanto mais heterogêneos, complexos e mutáveis forem os produtos ofertados; quanto mais alta for a razão dos custos fixos para os custos totais; quanto mais deprimidas forem as condições econômicas; quanto mais dependente for a indústria de encomendas grandes e infrequentes; quanto mais oportunidades houver de redução dissimulada dos preços; e quanto mais as relações entre os executivos das empresas forem prejudicadas por desconfiança e animosidade. Nenhum desses elos, todavia, é estritamente determinista; todos refletem tendências centrais sujeitas a afastamento aleatório. Ade-

mais, a substituição a longo prazo e a ameaça, ou mesmo a efetivação, da entrada de novos concorrentes colocam um teto sobre o arbítrio das firmas na determinação dos preços.

Claro está que em condições favoráveis ao exercício do poder de mercado os preços podem ser mantidos, de forma substancial, acima dos níveis competitivos persistentemente. Não obstante, esse resultado não deriva automaticamente da simples existência de uma estrutura de mercado concentrada. Muitas vezes os preços situam-se mais próximos do custo do que seria possível prever a partir de uma análise que levasse em conta apenas o pequeno número de vendedores, desprezando os obstáculos à coordenação e as restrições de longo prazo. Essas variáveis estruturais e comportamentais mais sutis ajudam a explicar por que o desempenho da determinação do preço nos modernos mercados industriais tem no conjunto sido bastante satisfatório, apesar dos significativos rompimentos com o ideal estrutural da teoria pura.

Cumpra ainda ressaltar que os compradores podem estar em condições de usar seu poder para conseguir preços mais baixos dos produtos intermediários e podem passar as economias resultantes aos consumidores. Todavia, quando os fornecedores são poderosos ou quando a competição nos mercados de produtos finais é fraca, os ganhos de monopólio ou monopsonio provavelmente serão retidos em algum ponto da cadeia da produção e distribuição.

Para concluir, cabe a última observação de que nem sempre o comportamento das firmas, quando da fixação dos preços de seus produtos, segue as linhas teóricas gerais traçadas anteriormente. Até que ponto isto ocorre é o que tentaremos averiguar neste estudo.

CAPÍTULO 2

Breve Caracterização do Setor Têxtil

O complexo em que se insere a indústria têxtil é formado por uma cadeia de produção bastante linear, onde o resultado de cada etapa constitui o principal insumo da etapa seguinte. Ademais, o processo produtivo descontínuo abarca uma série de operações interdependentes, resultando em uma estrutura produtiva com um grau acentuado de segmentação na forma de um espectro de atividades com características específicas (basicamente fiação, tecelagem, acabamento, malharia e confecção - possibilitando o surgimento de graus diversos de integração vertical). Subjacente a essa diferenciação intrasetorial, há uma profunda heterogeneidade, expressa, superficialmente, no número de empresas e na diversidade de tamanhos. Suas indústrias não apresentam uma hierarquia definida entre si, dado que as etapas de produção são razoavelmente independentes, no sentido de que, geralmente, podem ser processados em atividades subsequentes produtos originários de processos produtivos com escalas ou níveis de atualização tecnológica os mais diversos. Também contribui para a ausência de uma hierarquia mais rígida no complexo a prevalência de estruturas atomizadas de produção na maioria de suas indústrias, já que, praticamente, inexistem barreiras à entrada na maior parte dos segmentos do complexo. Merecedor de destaque é o fato de que os requerimentos técnicos relacionados a cada operação são muito distintos, assim como diferenciadas as possibilidades de obtenção de economias de escalas técnicas (fazendo com que as estruturas de tamanhos dos estabelecimentos, efetividade das barreiras à entrada, grau

de concentração, etc., sejam diferentes de um ramo para outro). Este fato, aliado à natureza do produto correspondente a cada ramo (bem intermediário - caso de fiação e tecelagem - ou bem de consumo final - caso de malharia e confecção) e, ainda, à possibilidade, ou não, de diferenciação, fazem, consoante MACARINI & BIASOLO (1985), com que a assimilação da indústria têxtil a uma única categoria de estrutura de mercado seja um equívoco.

O segmento produtor de fibras artificiais e sintéticas - considerado, nas classificações industriais, um ramo da indústria química - possui características típicas de um oligopólio concentrado, já descritas no capítulo anterior. De fato, o seu produto apresenta um razoável grau de homogeneidade (o que torna a estratégia de diferenciação de pouca expressão), enquanto que a alta escala mínima de produção, derivada de uma contingência tecnológica, determina um índice de concentração técnica e econômica significativamente alto. A introdução de inovações, como, por exemplo, qualidades diferentes de fibras, torna-se uma importante arma da estratégia de ampliação do mercado. Merece destaque o fato de ao menos um cliente importante deste segmento ser tipicamente competitivo (malharia), o que, com certeza, reforça a tendência natural do oligopólio concentrado a exercitar políticas de elevados "mark ups". Cumpre ressaltar, ainda, que esta indústria é marcada pela presença dominante de empresas que se constituem em autênticos complexos, integrando diversas linhas de produção (num nível setorial e/ou multisetorial).

Os segmentos de fiação e tecelagem são comumente apontados como exemplos de oligopólio competitivo. As barreiras à entrada de novos competidores, ainda que presentes, não logram obstaculizar, eficazmente, o surgimento de novas empresas durante as fases de crescimento da indústria. Este aspecto é bem ilustrado pelo levantamento realizado pelo CDI/SIND (CDI/SIND (1982)3: de uma amostra de 412 empresas pesquisadas, constatou-se que 23,60% surgiram no período 1961-70 e 18,20% no período 1971-80. Por outro lado, a própria natureza de seu processo produtivo permite a cristalização de um espectro extenso de tamanhos de planta economicamente viáveis. Como é sabido, esta é uma característica essencial à dinâmica desta estrutura, ao garantir lucros diferenciais às empresas mais produtivas - e viabilizar a opção da estratégia da concorrência em preços. A existência de 304 empresas classificadas na categoria de "grande porte" sugere que o grau de concentração técnica e econômica deve ser comparativamente baixo. Todavia, a despeito do fato de não controlarem uma fatia substancial do mercado, reconhece-se que as maiores empresas exercem uma real capacidade de liderança.

A estratégia de concorrência desenvolvida no âmbito desta estrutura revela um conjunto variado de instrumentos, sendo usual indicá-los, como os de maior emprego, o esforço de modernização dos canais de comercialização - o que inclui a criação de redes de vendedores próprios, a prestação de assistência técnica a clientes, a delimitação de períodos para o lançamento de novos produtos, etc. -, a consolidação dos canais pertinentes de exportação, a regionalização de certas parcelas da produção, a especialização em determinadas

faixas de consumo, através de marcas tradicionais e a integração vertical. Existem indícios de que este é um processo altamente difundido nas indústrias de fiação e tecelagem, observando-se, em um caso particular, tecelagem de filamentos contínuos artificiais, o segundo nível mais elevado de toda a indústria de transformação.

Um estudo mais exaustivo deverá procurar caracterizar as particularidades de cada um dos segmentos, uma vez que a integração vertical não é generalizada, deixando uma parcela expressiva de empresas envolvidas em atividades exclusivamente de fiação ou tecelagem.

Argumenta-se, na literatura especializada, com respaldo na descrição de empresários e técnicos do setor, que a indústria de fiação se diferencia por uma concentração relativamente maior de grandes empresas. Isto dar-se-ia, de acordo com RATTNER (1983), em virtude da presença mais significativa de economias técnicas de escala; além disso, a própria exigência de um rigoroso controle no que concerne à qualidade (e homogeneidade) da produção torna obrigatório um nível mínimo de investimento relativamente vultoso. Considera-se o ritmo de progresso técnico, no plano mundial, razoavelmente acelerado e sua internalização, pela indústria doméstica, bastante significativo, pelo menos desde o final da década de 60. O desenvolvimento observado nas últimas décadas substancialmente modificou a configuração deste ramo: o processo de absorções foi intenso, reduzindo excessivamente o universo das empresas marginais (sem, todavia, lograr eliminá-lo). Isto posto, a fiação pode ser considerada, em comparação com a tecelagem, um segmento razoavelmente intensivo em capital e tecnologia.

O ramo de tecelagem, por sua vez, parece ser aquele que mais fielmente se encaixa no modelo de oligopólio competitivo. Nele coexistem, em significativo número, do grande ao micro capital. As grandes empresas são intensivas em capital e tecnologia e, até pouco tempo, evidenciaram boa capacidade de absorção das modernas técnicas de produção (o que é expresso, por exemplo, pelas informações relativas às importações de teares a projétil ou a jatos de ar ou aqual). As instalações necessárias ao funcionamento eficiente deste tipo de maquinaria, ou seja, amplos galpões com ar refrigerado, e os requerimentos referentes ao controle de qualidade também explicam o grau de intensidade de capital. Comparativamente, amplia-se o vasto segmento de produtores marginais e intramarginais, respaldados, frequentemente, pela especialização de suas linhas de produção e pela existência de mercados regionais e locais. Diversamente da fiação, a indústria da tecelagem vem mostrando, nas últimas décadas, uma capacidade singular de auto-reprodução, explicável tanto pela persistência de sobras de mercado, a nível regional ou, até mesmo, local, quanto - e principalmente - pela articulação funcional dos produtores marginais no interior desta estrutura.

O segmento de acabamento apresenta uma estrutura de mercado muito semelhante à de tecelagem. A difusão dos produtores marginais ocorre nas lacunas deixadas pelas grandes empresas, sustentando-se seja na especialização no processamento de tecidos massificados de baixa qualidade, seja na de tecidos sofisticados com produção exclusiva - e, frequentemente, sob encomenda - nos moldes dos fabricantes.

Já os ramos de malharia e confeções (vestuário e artefactos de tecidos) exibem características típicas de mercados competitivos. Ambos são extremamente pulverizados. Não obstante a existência de empresas de diversos tamanhos, parece não se caracterizar o fenómeno da liderança de mercado. Diversamente de outros ramos da indústria têxtil, o segmento de malharia não apresenta um espectro variado de opções tecnológicas, distinguindo-se o porte das empresas pelo número de máquinas em operação e não pela sua intensidade tecnológica - ou mesmo pelo tamanho médio dos equipamentos. Isto faz com que as economias técnicas de escala sejam pouco significativas, embora não suprima a possibilidade de obtenção de economias de escala nos planos da comercialização e do esforço de vendas.

No que tange ao ramo de confeções, economicamente muito mais importante que a indústria de malharia, sua baixa concentração técnica é reconhecida mesmo nos países desenvolvidos. Consoante o estudo de FROBEL et alii (1980, p.162), "[...] razões tecnológicas dificultam (não impedem) uma automatização mais ampla do processo produtivo, sobretudo devido à natureza dos materiais que devem elaborar-se (tecidos de formas elásticas) combinado à necessidade de adaptar os produtos aos contornos relativamente complicados do corpo humano, sem embargo, o decisivo é um motivo económico: a confecção se caracteriza por uma proverbial variedade de produtos rapidamente cambiantes ("moda"); à parte alguns sectores parciais, a moda não permite uma fabricação massiva do mesmo produto por um longo período de tempo. Por isso, uma ampla automatização, com uma elevada inversão em capital fixo, comporta um risco considerável". Estudos

mais recentes, segundo LIMA (1984), corroboram a predominância de pequenas e médias empresas na indústria europeia de confecções - inclusive impedindo a incorporação de avanços revolucionários proporcionados pela utilização de equipamentos de conteúdo microeletrônico.

Cumprе observar que a caracterização destes mercados como competitivos não indica que a flexibilidade de preços seja o único instrumento na luta competitiva. A promoção de vendas desempenha um importante papel, sem, todavia, conseguir erguer barreiras à entrada de concorrentes potenciais. A diferenciação do produto, expressa, por exemplo, pelo lançamento seguido de "grifes" exclusivas, é um expediente muito utilizado, como demonstrado pela existência de 1.200 etiquetas no mercado de Jeans no início da década de 80.

Caracterizadas as etapas do processo de transformação têxtil que, partindo do beneficiamento de fibras têxteis, culmina na elaboração de um bem de consumo final, faz-se necessário percorrer a cadeia de operações associada à distribuição do produto. Dadas as limitações das informações disponíveis, caberia apenas chamar a atenção para o fato de que, apesar da variedade dos canais de distribuição utilizados no escoamento da produção para o mercado interno, o mais utilizado é o atacado. As lojas especializadas ocupam o segundo lugar, enquanto que o varejo independente e o varejo nas cadeias de lojas correspondem ao terceiro e quarto lugares. Em se tratando das exportações, principalmente de confeccionados, destacam-se as Exportadoras e "Trading Companies". Além disso, cumpre destacar que o investimento na direção dos canais de distribuição vem se tornando um elemento privilegiado na estratégia de concorrência intercapitalista das grandes empresas do setor têxtil.

Os dois gráficos das páginas 25 e 26 descrevem, aproximadamente, a rede de interligações que caracteriza o setor. Apesar de excluir alguns níveis intermediários intrasetoriais - tais como, as unidades de acabamento independentes e os façanistas -, o gráfico II.1 é mais abrangente. O gráfico II.2, por sua vez, é específico do subsetor que opera a transformação de fibras químicas.

Convém, ainda, dentro da caracterização do setor têxtil e tendo em vista o caráter referencial assumido pelos custos das mercadorias na formação dos preços, analisar, brevemente, alguns dados relativos à estrutura de custos do complexo. Pode-se verificar que, numa comparação dos custos de produção de fios e tecidos de algodão entre seis países importantes no comércio internacional de têxteis, estimados pela International Textile Manufacturers Federation (I.T.M.F.) e reproduzidos, para o ano de 1987, na tabela 2.1, na página 26, e nos gráficos das páginas 27 a 33, o Brasil só tem maior custo do trabalho do que a Índia - e, equivalente, neste ano, ao da Coreia do Sul. Cabe ressaltar, ainda, o fato de que os salários têm tido tendência ascendente neste último país e descendente no caso brasileiro. Tanto na produção de fios, quanto na de tecidos, os valores para a Alemanha Ocidental são entre seis e sete vezes superiores aos do Brasil, e os dos E.U.A. e Japão cerca de quatro vezes.

GRAFICO II.1
FLUXO INPUT-OUTPUT DA INDUSTRIA TEXTIL

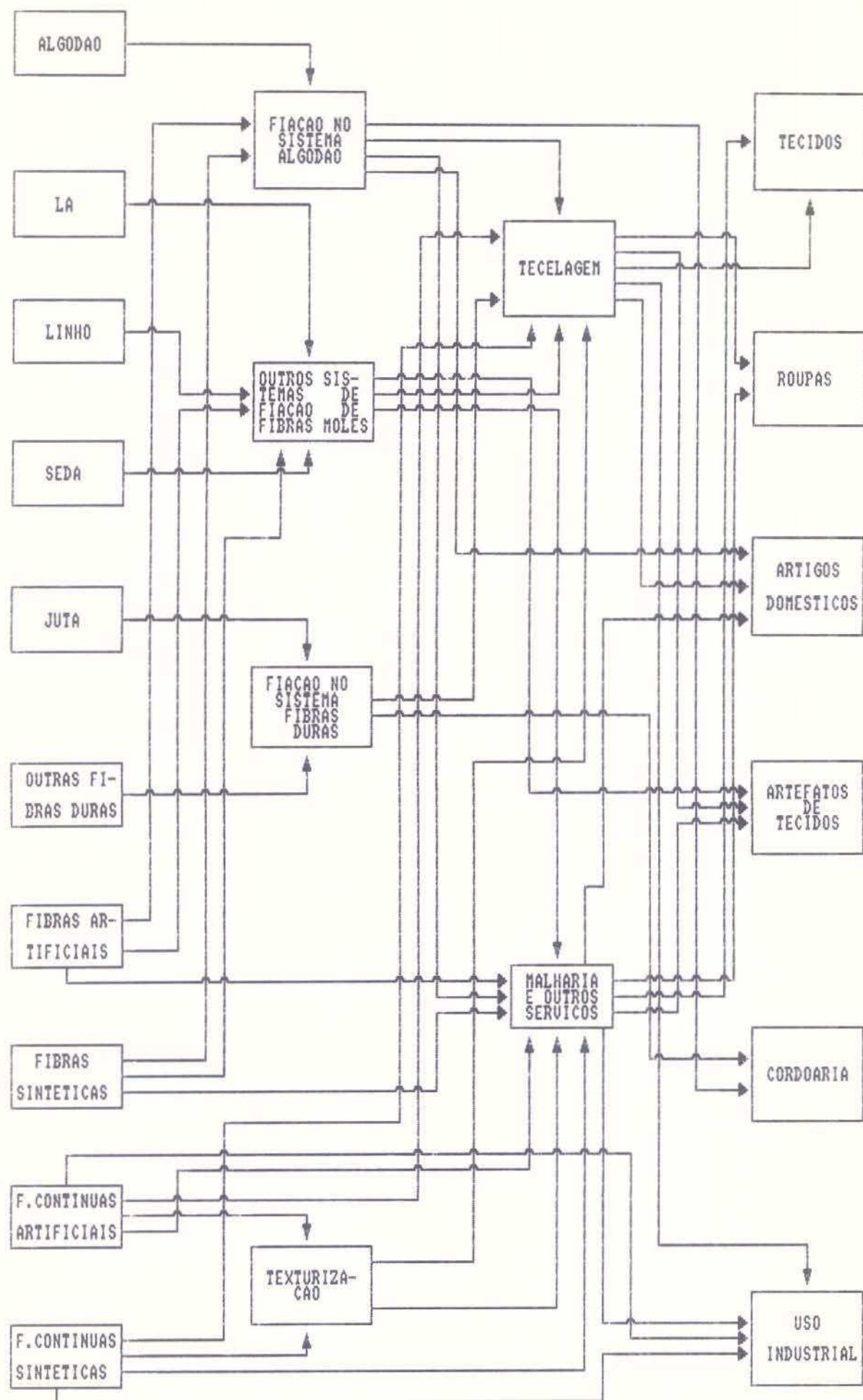
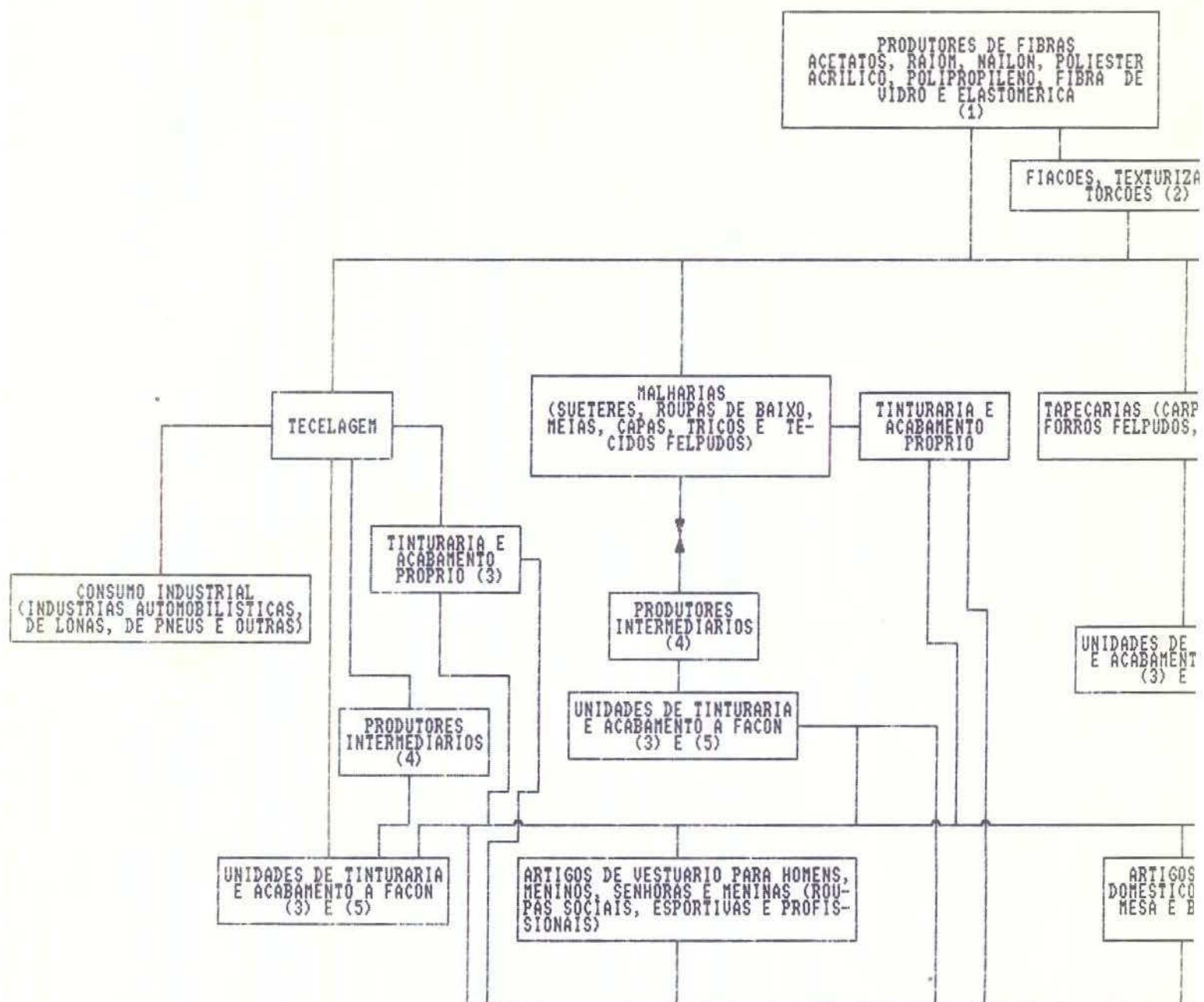


GRAFICO II.2
FLUXO DE FIBRAS QUIMICAS DO PRODUTOR

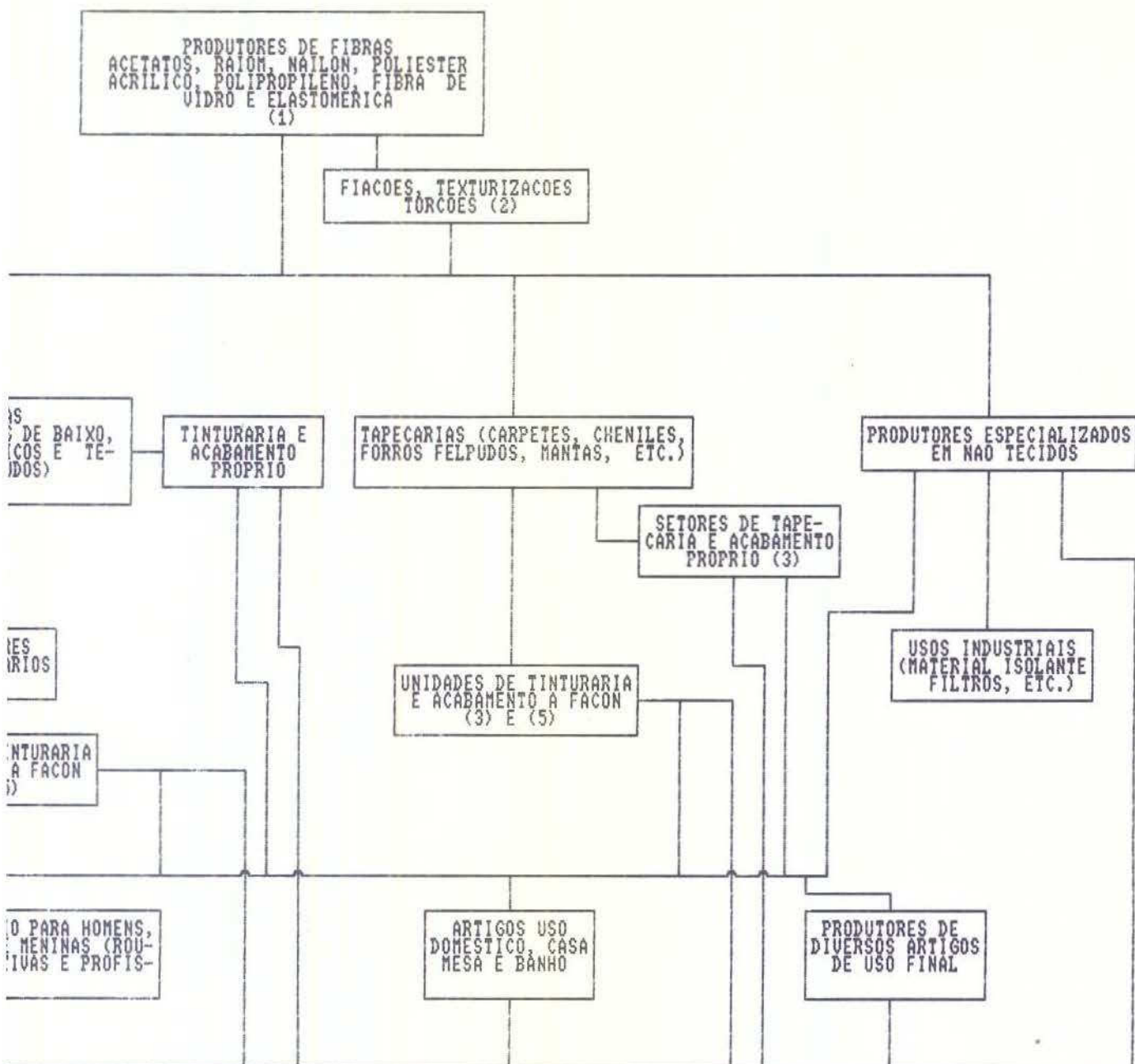


1. AS FIBRAS QUIMICAS PODEM SER UTILIZADAS NO PROCESSAMENTO TEXTIL OU MESCLADAS COM OUTRAS FIBRAS QUIMICAS OU FIBRAS NATURAIS.
 2. AS FIACOES PRODUZEM FIOS FIADOS A PARTIR DAS FIBRAS CURTAS. AS TEXTURIZACOES, PELA APLICACAO DAS MAQUINAS DE TORCAO, PODEM ALTERAR AS CARACTERISTICAS DOS FILAMENTOS PARA TORNA-LOS CONVENIENTES A ELABORACAO DE TECIDOS ESPECIAIS COMO O CREPE, OU PODEM ADICIONAR-LHES CARACTERISTICAS ESPECIAIS COMO A AGRAVABILIDADE AO TOQUE (VOLUME) E A CAPACIDADE DE ALONGAMENTO OU ELASTICIDADE, YAM CONVERTERA, QUE TAMBEM PODEM TEXTURIZAR, TINGIR OU, DE QUALQUER MANEIRA, PREPARAR OS FILAMENTOS PARA A FABRICACAO, COMO FAZEM AS TECELAGENS E MALHARIAS INTEGRADAS.
 3. TINTURARIAS E SETORES DE ACABAMENTO DE TINGIMENTO OU ESTAMPARIAS E ACABAMENTOS FINAIS, TAIS COMO, FIXACAO DE VINCOS, RESISTENCIA AO AMASSAMENTO, REPELENCIA A AGUA E MANCHAS E A COMBUSTAO.
 4. INTERMEDIARIOS DE PRODUCAO QUE POSSUEM A MATERIA-PRIMA, POREM, NAO POSSUEM MAQUINARIO PROPRIO, ISTO E, O TRABALHO E EXECUTADO POR TERCEIROS A FACON.
 5. UNIDADES DE PROCESSAMENTO DE TINTURARIA, ACABAMENTOS E TAPETES TRABALHAM A FACON PARA TECELAGENS, MALHARIAS E FABRICAS DE TAPETES, ASSIM COMO PARA OS INTERMEDIARIOS DE PRODUCAO 4. (FACONISTAS).
- NOTA- AS EMPRESAS QUE COMBINAM DUAS OU MAIS FUNCOES ACIMA INDICADAS DA-SE O NOME DE INTEGRADAS VERTICALMENTE.

FONTE: ASSOCIACAO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTETICAS.

GRAFICO II.2

BRAS QUIMICAS DO PRODUTOR AO CONSUMIDOR



MESCLADAS COM
URIZACOES, PE-
AS DOS FILAMEN-
OMO O CREPE, OU
E AO TOQUE (VO-
A, QUE TAMBEM
MENTOS PARA A
ACABAMENTOS FI-
ELENCA A AGUA
POSSUEM MAQUI-
ALHAM A FACON
OS INTERMEDIA-
DA-SE O NOME

SINTETICAS.

TABELA 2.1

ESTRUTURA DE CUSTOS

Custos em US\$ por Kg de fio de algodão

	Brasil	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	EUA
Mão-de-Obra	0,119	0,741	0,094	0,408	0,115	0,359
Energia	0,038	0,239	0,222	0,308	0,169	0,136
Algodão	1,300	1,455	1,250	1,450	1,470	1,280
Capital (1)	0,968	0,660	0,706	0,738	0,481	0,496
Outros	0,227	0,194	0,206	0,223	0,208	0,179
Total	2,653	3,290	2,477	3,127	2,442	2,450

Custos em US\$ por Jarda de tecido de algodão

	Brasil	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	EUA
Mão-de-Obra	0,055	0,351	0,044	0,206	0,049	0,190
Energia	0,017	0,100	0,090	0,120	0,068	0,056
Algodão	0,242	0,271	0,232	0,270	0,273	0,238
Capital (1)	0,443	0,363	0,329	0,371	0,245	0,240
Outros	0,078	0,090	0,089	0,089	0,090	0,075
Total	0,835	1,175	0,784	1,056	0,725	0,799

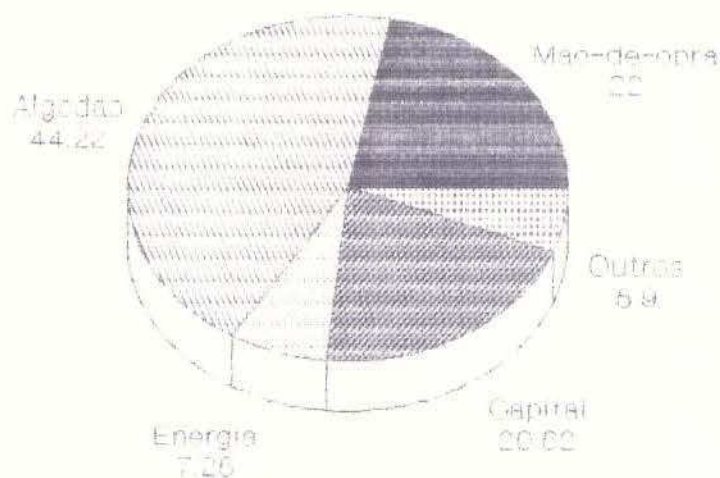
(1) Depreciação, juros e despesas bancárias.

Fonte: I.T.M.F., 1987 International Production Cost Comparison.

Cumpra salientar ainda, na comparação, os baixos custos de energia e do algodão no Brasil. No primeiro caso, tarifas subsidiadas explicam parcialmente esta situação - onde o custo nacional chega a ser quase 10% do japonês -, se bem que os recursos naturais do Brasil permitam esperar que este insumo sempre proporcione vantagens comparativas ao país. No que diz respeito ao algodão, pode-se verificar que as condições da produção local, ainda que não ideais, permitem que os custos brasileiros sejam superados apenas pelos dos E.U.A. e Índia, grandes produtores nacionais.

CUSTOS - ALEMANHA

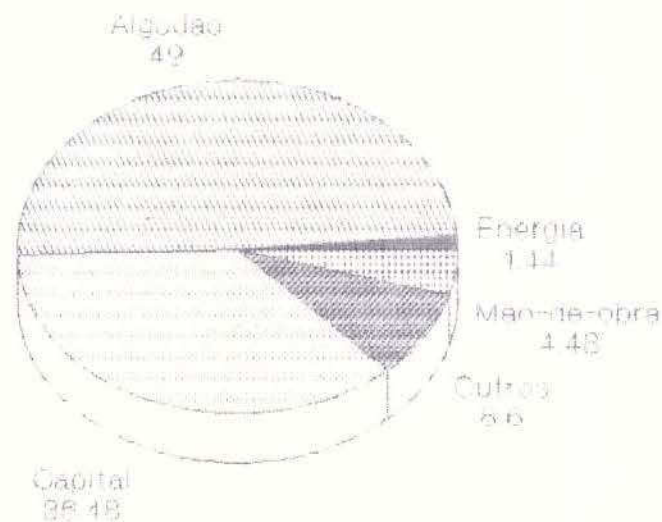
Composicao (em %) por Kg/Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - BRASIL

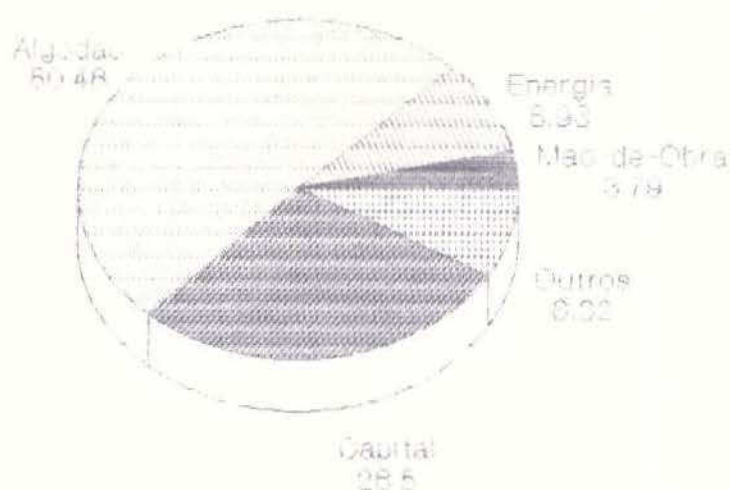
Composicao (em%) por Kg/Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - INDIA

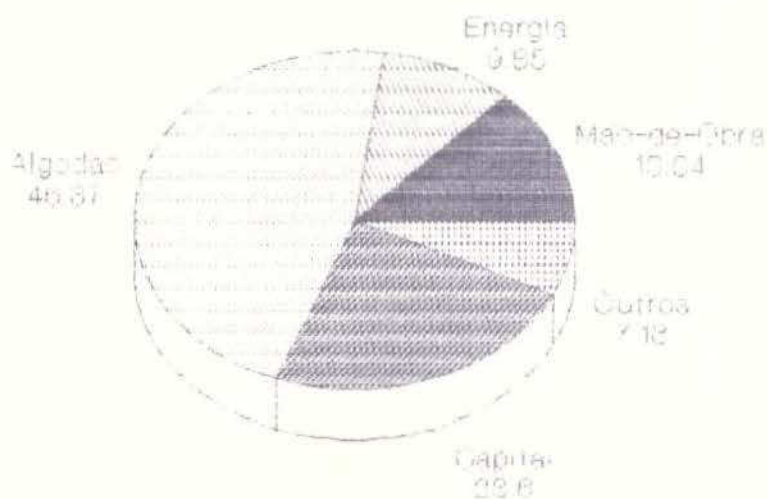
Composicao (em %) por Kg/Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - JAPAO

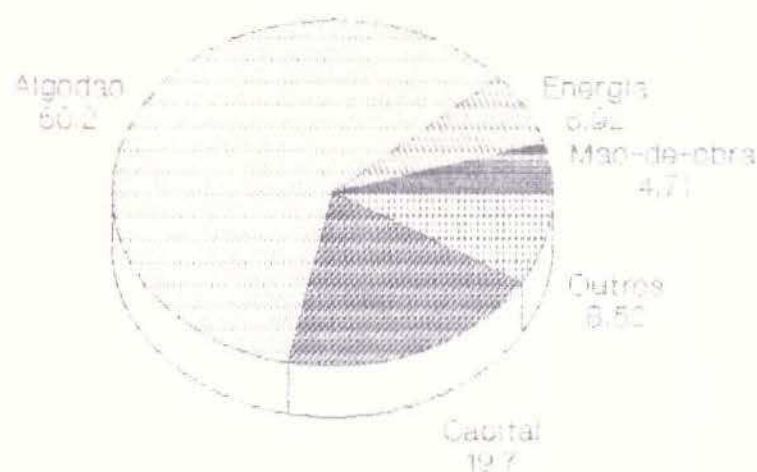
Composicao (em %) por Kg/Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - COREIA DO SUL

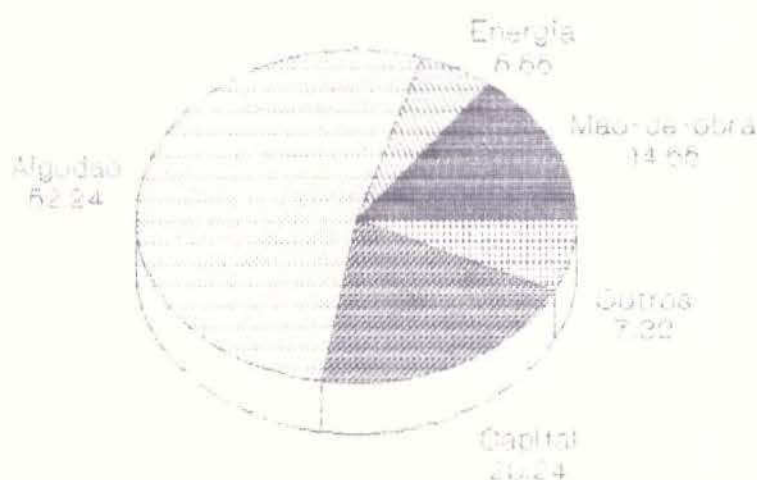
Composicao (em %) por Kg/Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - E.U.A.

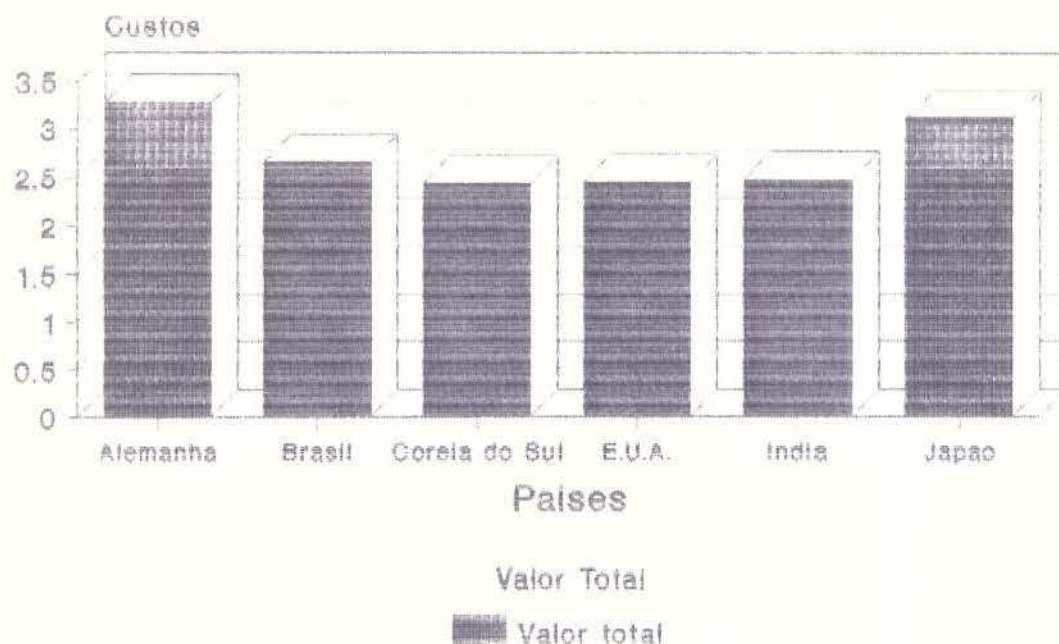
Composicao (em %) por Kg/Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS

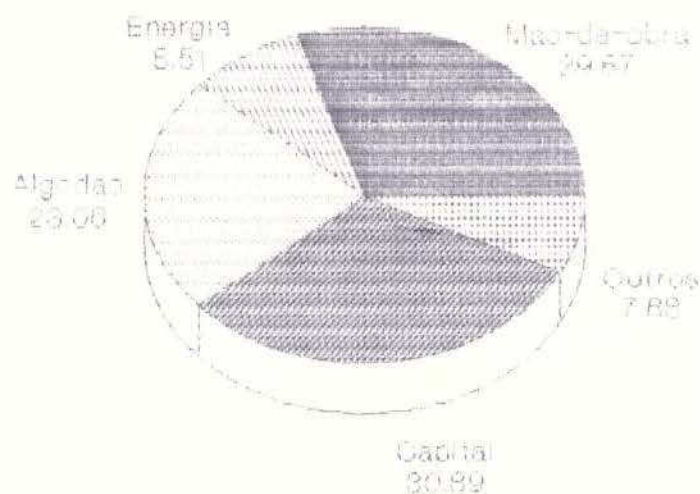
Custos em US\$ por Kg de Fio de Algodao



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - ALEMANHA

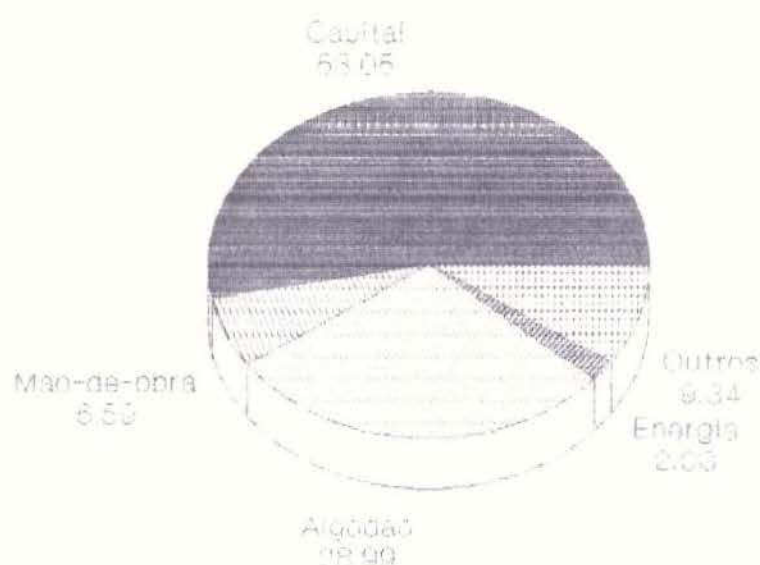
Composicao (em %) por Jarda de tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - BRASIL

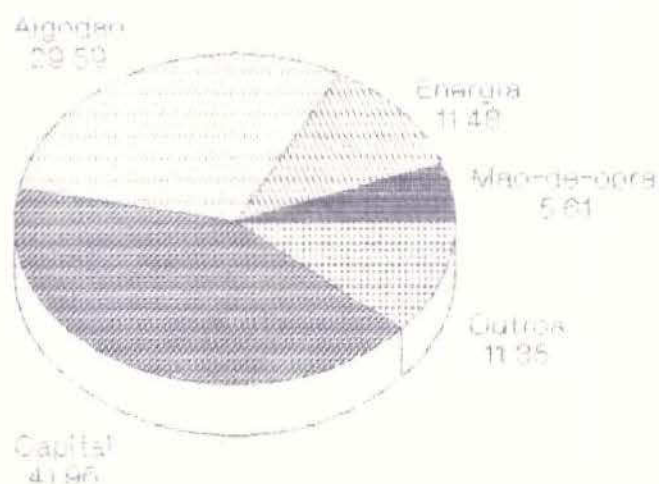
Composicao (em %) por Jarda de Tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - INDIA

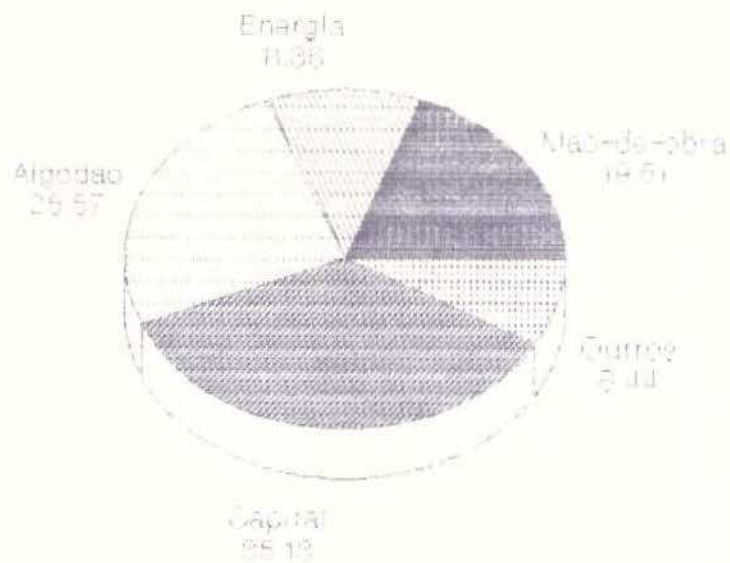
Composicao (em %) por Jarda de tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - JAPAO

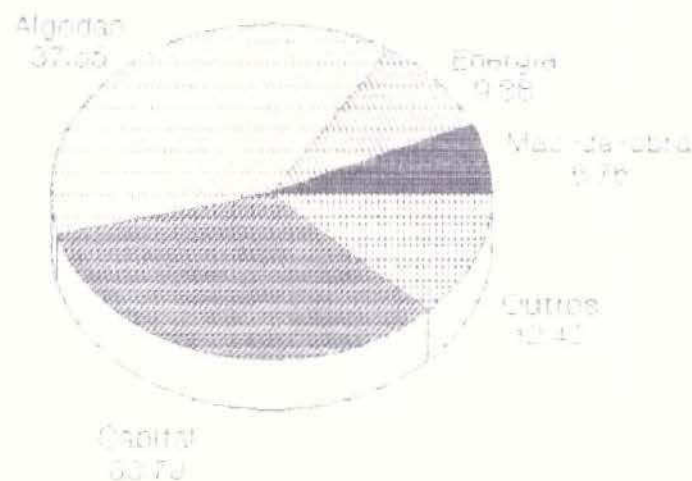
Composicao (em %) por Jarda de Tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - COREIA DO SUL

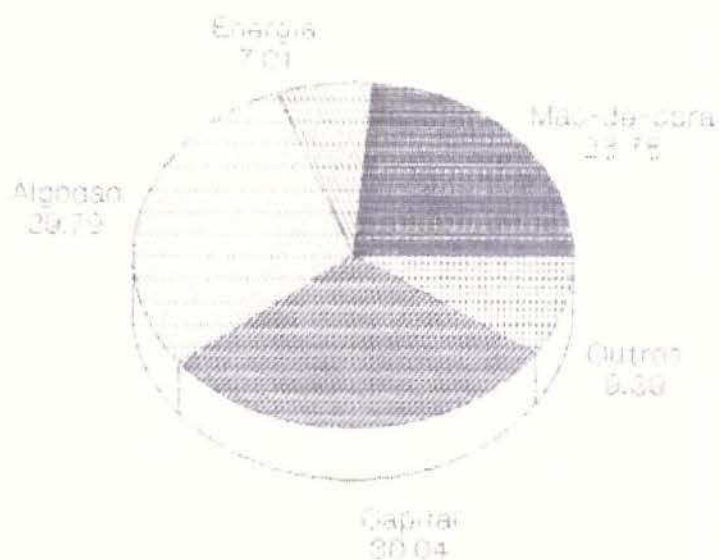
Composicao (em %) por Jarda de Tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS - E.U.A.

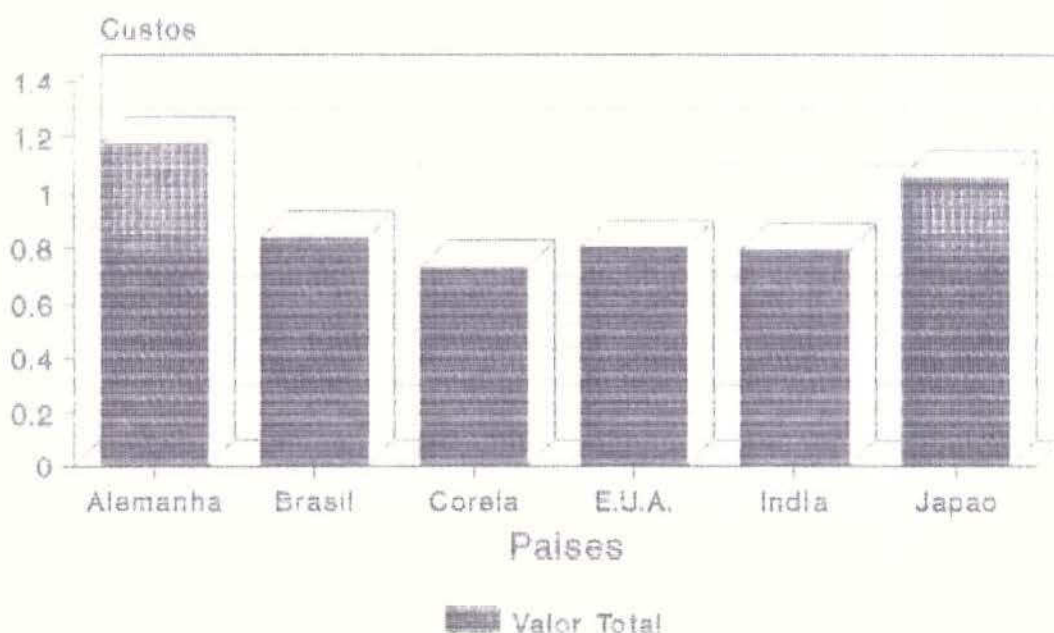
Composicao (em %) por Jarda de Tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

CUSTOS

Custos em US\$ por Jarda de Tecido



Fonte: I.T.M.F., 1987.

No custo total do fio, o Brasil exibe cerca de US\$0,2 por quilô a mais que Índia, Coreia do Sul e E.U.A., o que se dá, quase que exclusivamente, em razão dos custos financeiros, aproximadamente o dobro dos dois últimos países neste ano. Como é sabido, as taxas de juros praticadas no mercado brasileiro são das maiores do mundo há vários anos. Corrigidas as distorções do sistema financeiro nacional e conservadas as demais condições, nenhum dos países considerados teria custos inferiores ao do Brasil. No que tange aos tecidos, similarmente, se o custo de capital brasileiro efetivamente observado em 1967 fosse substituído pelo custo médio dos demais países (US\$0,31), chegar-se-ia a um custo total do tecido de US\$0,702, insuperável por nenhum dos países considerados.

Todavia, cabe salientar que o estudo da I.T.M.F. supõe a produção de fios e tecidos de algodão em fábricas de condições técnicas comparáveis, em todos os países, o que faz com que os resultados obtidos sejam válidos, efetivamente, no que refere à comparação de preços de insumos, e não no que se refere, propriamente, a custos.

O elemento que mais se destaca na tabela 2.1 é, indubitavelmente, a relevância, tanto na fiação quanto na tecelagem, das diferenças referente ao custo da mão-de-obra nos países em desenvolvimento frente aos desenvolvidos. Na tabela 2.2, na pág. 35, e gráfico da pág. 36, pode-se notar que, partindo, em 1931, de níveis salariais semelhantes - e mesmo superiores - aos de alguns países com os quais concorre no mercado internacional, o Brasil avança no sentido contrário aos de seus concorrentes, colocando-se, a partir de

1984, em último lugar. De 1985 a 1989, os salários médios na indústria têxtil brasileira aumentaram apenas 4,8% (I.B.G.E., Pesquisa Industrial Mensal), taxa insuficiente para recolocá-los nos níveis vigentes no início da década ou para superar o salário médio de qualquer outro dos países considerados, ainda que não houvesse aumentos salariais nestes países desde 1985.

TABELA 2.2
SALÁRIOS MÉDIOS EM TEXTIL E VESTUÁRIO
Salários Médios em US\$ por Hora

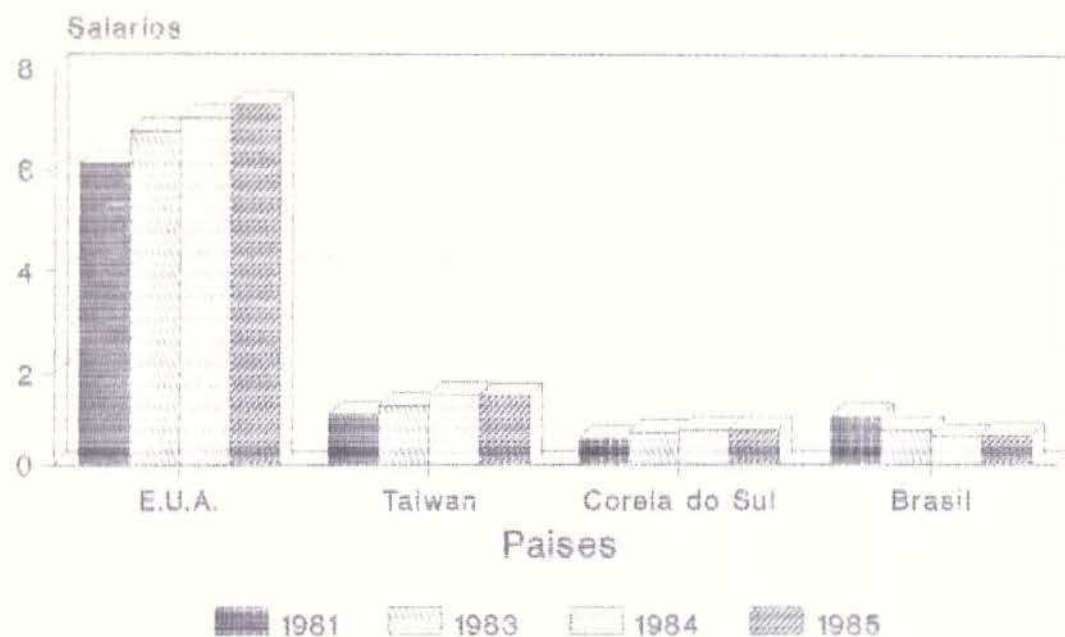
	1981	1982	1983	1984	1985
E.U.A.	6,11	6,46	6,75	7,01	7,28
Taiwan	1,15	1,25	1,34	1,56	1,54
Coreia do Sul	0,71	0,77	0,82	0,86	0,87
Brasil	1,14	1,25	0,86	0,72	0,75

Fonte: The Long Term Credit Bank of Japan e IPEA.

No que tange aos custos totais, no Brasil, podemos apreender sua estrutura a partir da tabela 2.3 da pag.37, e do gráfico da pag. 38. O custo dos produtos vendidos representou, em média, 70,4% dos custos totais da indústria, conforme a amostra de empresas contribuintes do Imposto de Renda. As despesas operacionais representam 15,9% e as financeiras 13,8% dos custos totais, em média, nos anos considerados. Estas manifestaram uma tendência de alta relativa dentro dos custos.

TEXTIL E VESTUÁRIO

Salários Medios em US\$ por Hora



Fonte: IPEA.

TABELA 2.3

INDÚSTRIA TEXTIL - ESTRUTURA DE CUSTOS

DISCRIMINAÇÃO	1978	1980	1982	MÉDIA
Custo dos Produtos Vendidos	72,0	73,7	65,4	70,4
Despesas Operacionais	16,8	14,9	16,0	15,9
Despesas Financeiras	11,2	11,5	18,6	13,8
CUSTOS TOTAIS	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Secretaria da Receita Federal.

Na tabela 2.4, e no 2º gráfico da pág. seguinte, mostrase uma desagregação do custo dos produtos vendidos. Dentro deste, a proporção média mais elevada (63,8%) é a da compra de insumos (matérias-primas, material secundário e embalagens), o que equivale a, aproximadamente, 45% dos custos totais (vide tabela 2.5).

TABELA 2.4

INDÚSTRIA TEXTIL - CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS

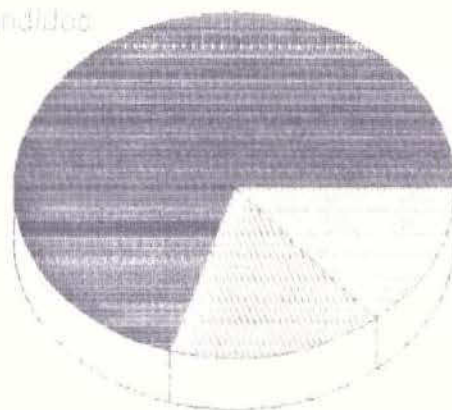
DISCRIMINAÇÃO	1978	1980	1982	MÉDIA
Compra de insumos (matérias-primas, material secundário e embalagens)	65,3	67,4	58,7	63,8
Custo do pessoal aplicado na produção	14,6	13,5	17,2	15,1
Custos diversos	20,1	19,1	24,1	21,1
Custo dos Produtos Vendidos	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Secretaria da Receita Federal.

INDUSTRIA TEXTIL

Estrutura de Custos

Custo Pz. V. Vendidos
70,4



Desp. Financeiras
13,6

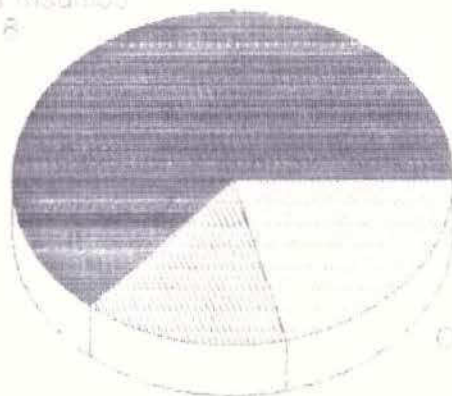
Desp. Operacionais
16,9

Secretaria da Receita Federal

INDUSTRIA TEXTIL

Custo dos Produtos Vendidos

Cômp. de Insumos
63,8



Custos Diversos
11,1

Custo Pz. da Prod.
25,1

Fonte: Secretaria da Receita Federal

A partir das tabelas 2.3 e 2.4, pode-se montar um quadro analítico que mostra a evolução da participação dos itens do custo dos produtos vendidos nos custos totais (o gráfico correspondente encontra-se na página seguinte).

TABELA 2.5

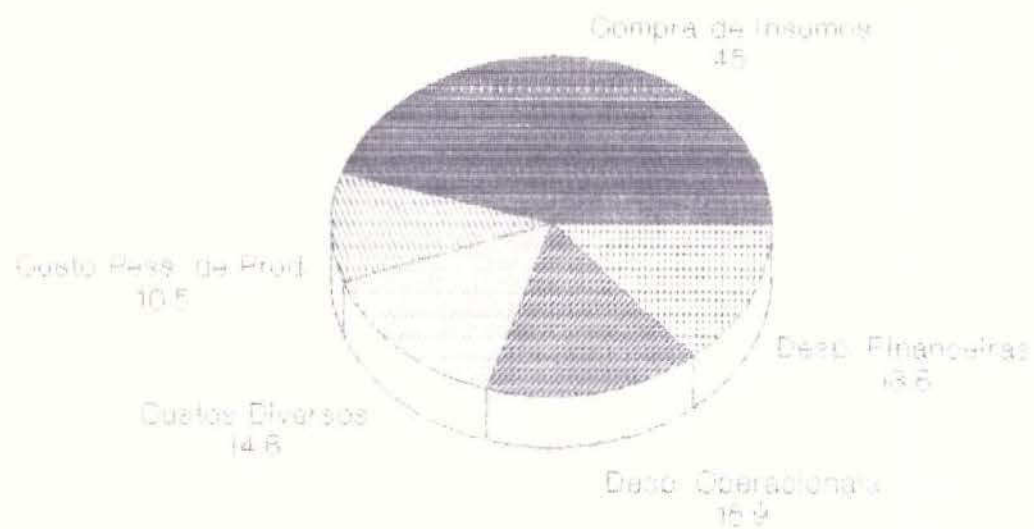
INDÚSTRIA TEXTIL - ESTRUTURA DE CUSTOS

DISCRIMINAÇÃO	1978	1980	1982	MÉDIA
Compra de insumos (matérias-primas, material secundário e embalagens)	47,0	49,7	38,4	45,0
Custo do pessoal aplicado na produção	10,5	9,9	11,2	10,5
Custos diversos	14,5	14,1	15,8	14,8
Despesas Operacionais	16,8	14,9	16,0	15,9
Despesas Financeiras	11,2	11,5	18,6	13,8
Custos Totais	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Secretaria da Receita Federal.

INDUSTRIA TEXTIL

Custos



Fonte: Secretaria da Receita Federal.

A tabela 2.6 e gráfico correspondente exibem a estrutura de custos de produção dos segmentos de fiação, tecelagem e confecção, no Brasil. Nota-se que os custos de capital (depreciação e juros) apresentam um peso considerável nos ramos de tecelagem e confecção e, em especial, no segmento de tecelagem, onde chega a representar 37% dos custos totais.

TABELA 2.6

ESTRUTURA BÁSICA DE CUSTOS DE PRODUÇÃO - BRASIL

(Idéia de Grangeza)

ITEM	FIACÃO (%)	TECELAGEM (%)	CONFECÇÃO (%)
Mão-de-Obra.....	12	8	7
Pecas / Componentes.....	3	6	3
Insumos Energéticos.....	4	4	4
Outros Insumos / Mat.-Primas..	46	30	40
Manutenção.....	8	3	3
Seguros, Impostos, Aluguéis....	13	6	8
Serviços de Terceiros.....	1	1	3
Depreciação.....	2	7	7
Financeiras (Juros e Despesas)			
Bancárias.....	5	30	20
Despesas Comerciais.....	3	5	5
Outros.....	3	-	-
TOTAL	100	100	100
Margem de Lucro	15	10	10

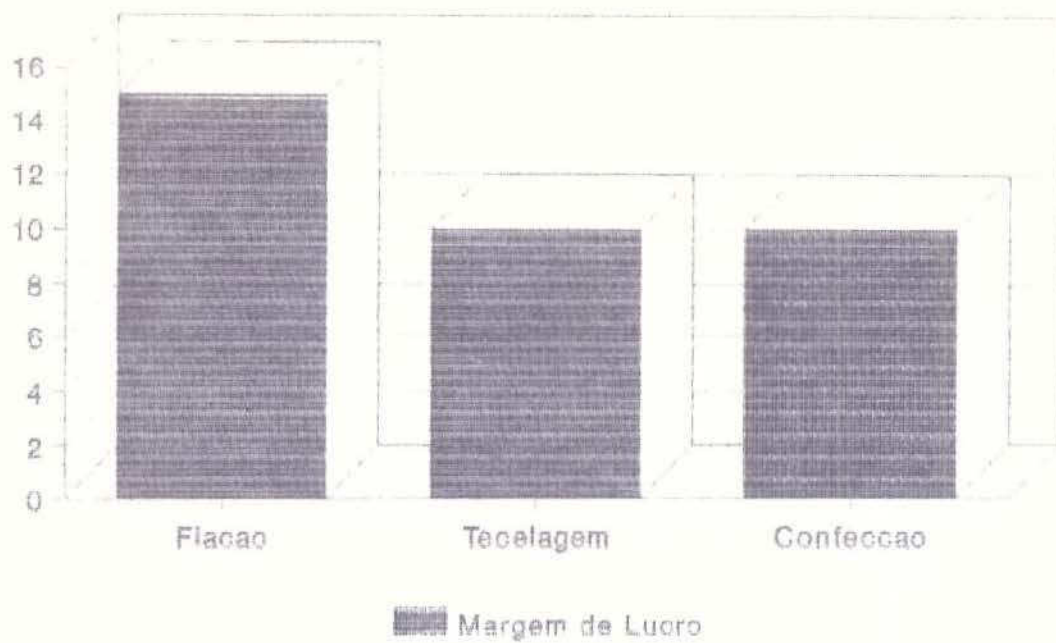
Fonte: IPT.

Elaboração: SECON/SDI.

-42-

CUSTOS - BRASIL

Margem de Lucro (%)



Fonte: IPT.

CAPÍTULO 3

A Estrutura de Custos e a Formação de Preços na Indústria Têxtil

O objetivo deste capítulo é o de avaliar um conjunto de informações acerca da estrutura de custos e do processo de formação de preços fornecidas por agentes pertencentes às etapas do processo de transformação têxtil e distribuição do produto, com fulcro nas considerações objeto dos capítulos anteriores.

Cumpra frisar, entretanto, que a própria complexidade do tema e as limitações das informações disponíveis impedem que se generalize os resultados obtidos. Neste sentido, optou-se por, tão somente, descrever e analisar a forma pela qual os preços de alguns bens de consumo final são concebidos dando ênfase à importância atribuída aos mercados e às estruturas de custos. Conforme discutido anteriormente, a formulação do preço de venda de uma mercadoria por parte de uma empresa, embora tenha como referência a estrutura dos custos de obtenção desta mercadoria, depende, em vasta medida, do tipo de mercado e da particular forma de inserção da empresa neste mercado.

Tomemos, inicialmente, como exemplo, o produto resultante da etapa de tecelagem plana denominado "tecido de poliéster texturizado", fabricado pela tecelagem "G". Trata-se, consoante as informações disponíveis, de um bem intermediário e de consumo final por ser destinado tanto às confecções quanto ao varejo nas grandes cadeias

de lojas. O seu preço de venda, que, ao lado de sua qualidade, constitui-se na variável determinante de sua competitividade, é fixado pelo mercado, dada a particular forma de inserção da tecelagem "D" (com uma pequena participação) num mercado liderado por empresas de grande porte. Deste modo, os seus custos servem apenas como referência na determinação da margem de lucro final. Dentro de seus custos, proporção mais elevada é a da compra de insumos, principal elemento no estabelecimento da qualidade do produto, que são fornecidos, principalmente, por três empresas do ramo de fiação - onde, segundo empresários do ramo, forma-se o preço de venda adicionando-se uma margem de lucro desejada aos custos. Este mesmo processo de fixação de preços é o observado em uma das confecções compradoras do produto, que o transforma em camisas para serem comercializadas na sua própria loja. Em virtude da diferenciação do produto e de sua destinação a uma determinada faixa de consumo, o preço de venda das camisas não é fixado pelo mercado, mas somente por ele influenciado - pelos preços de produtos semelhantes. O mesmo ocorre quando consideramos a formação do preço de venda do "tecido de poliéster texturizado" em uma das cadeias de lojas clientes da tecelagem "D".

A investigação da estrutura de custos e do processo de formação de preços da indústria têxtil se torna uma tarefa árdua, senão impossível, ao considerarmos que, por exemplo, a tecelagem supracitada produz, além do "tecido de poliéster texturizado", outros 57 tipos diferentes de tecidos que percorrem, antes de alcançarem as confecções, as grandes cadeias de lojas e (agora também) a indústria

de móveis, as fases complementares do processo de transformação têxtil, ou seja, o acabamento, a tinturaria e a estamparia - abarcadas pela tecelagem "D", integrada verticalmente. Destarte, temos, na realidade, a inserção da tecelagem "D" em diferentes mercados, implicando em características diversas da estrutura de custos e do processo de fixação dos preços de seus produtos e (agora também) serviços, assim como um maior número de fornecedores de diferentes insumos e compradores de suas mercadorias (há tecelagens que não dispõem de acabamento, tinturaria e estamparia próprios).

A investigação se mostra ainda mais complexa ao levarmos em consideração que há tecelagens onde parte significativa dos tecidos é produzida por terceiros, como é o caso da tecelagem "A", por nós pesquisada. Reunindo características semelhantes às encontradas na tecelagem "D", em se tratando dos produtos e serviços por ela executados, da formação de seus preços e da composição de seus custos, a tecelagem "A" adquire cerca de 42% de seus tecidos de várias tecelagens planas, o que adiciona um elo a mais na cadeia de produção e distribuição de alguns de seus produtos.

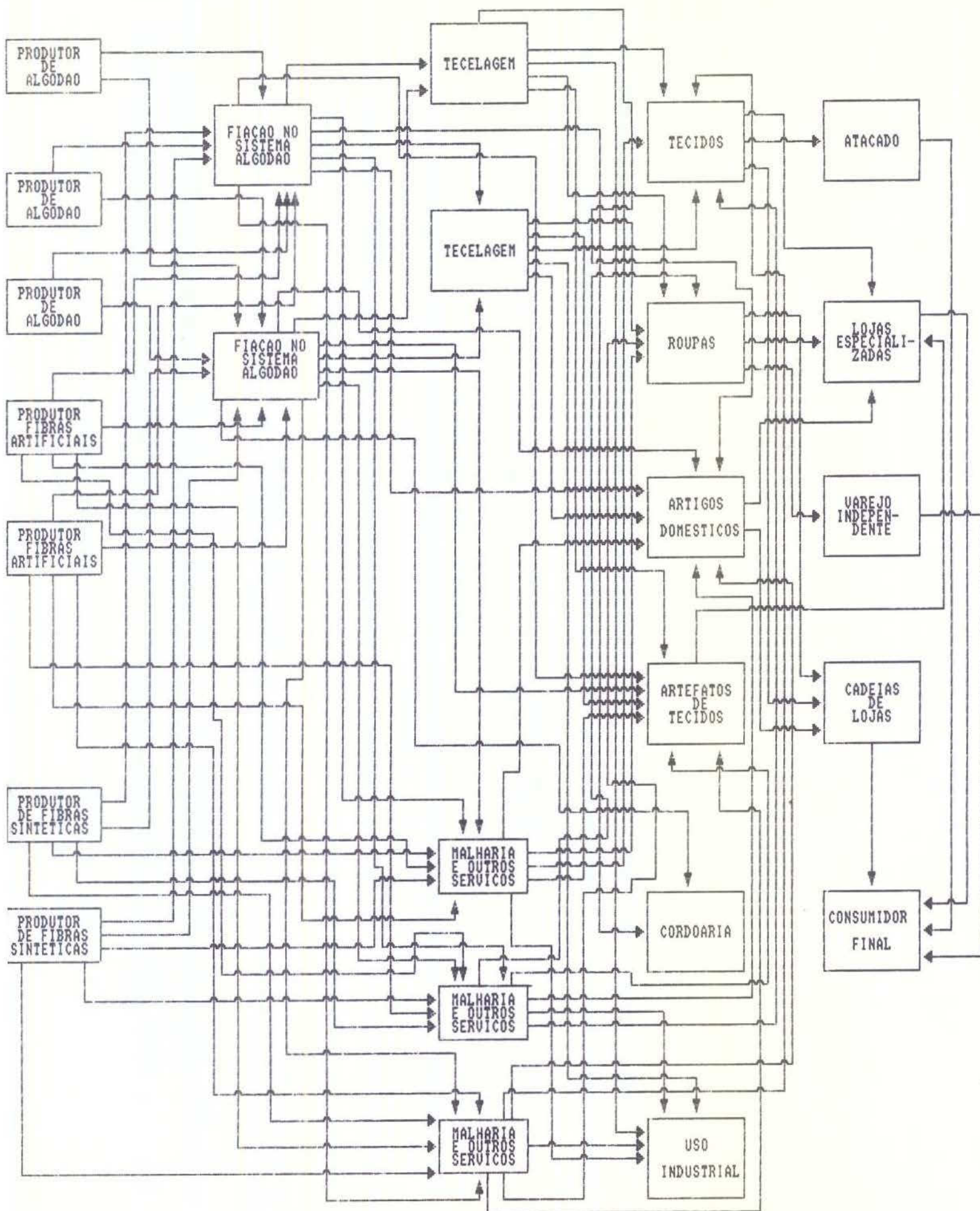
Ao voltarmos nossa atenção para os bens de consumo final produzidos pela malharia e confecção "S", constatamos novamente a dificuldade de se acompanhar as estruturas de custos e o processo de formação dos preços ao longo da sequência de operações que, partindo do beneficiamento de fibras têxteis, culmina na elaboração de bens de consumo final e sua posterior comercialização. Isto posto, temos que os produtos fabricados pela malharia e confecção "S" se destinam

a uma extensa utilização em escolas, em promoções, como uniformes industriais e em grandes cadeiras de lojas. Seus preços de venda constantes de sua tabela (de preços) são formados com base em uma fórmula onde o somatório do custo dos insumos, do custo do pessoal aplicado na produção e de uma parcela dos custos indiretos acrescido de uma margem sobre os custos é dividido pelo resultado da subtração de uma parcela das comissões e dos impostos da unidade - ou seja, preço de venda = $[(\text{materia-prima} + \text{mão-de-obra direta} + \% \text{ sobre os custos indiretos}) + (1 \times \text{margem sobre os custos})] / (1 - \% \text{ comissões} - \% \text{ impostos})$. Segundo as informações disponíveis, tentam-se vender conforme a tabela de preços, havendo negociações em cada caso. Cumpre salientar, ainda, que estes preços de venda (ou ainda, a margem sobre os custos) podem ser maiores, apesar da concorrência de grandes empresas e da pequena participação da malharia e confecção "B" no mercado, em virtude do atendimento a segmentos específicos de clientes negligenciados pelos concorrentes de grande porte e da boa qualidade de seus produtos - qualidade esta determinada pelos insumos, no tecimento da malha e no seu posterior tingimento. A matéria-prima, (novamente) o principal item da estrutura de custos da empresa, é fornecida, fundamentalmente, por duas fiações, enquanto que os serviços de tingimento são executados por, basicamente, duas empresas.

O gráfico III.1, da página 47, mostra a possível rede de inter-relações associada tanto ao processo de transformação têxtil quanto à comercialização de algumas mercadorias. Nela observamos a existência de um leque de opções no que se refere à seleção

(Continua na página 48)

GRAFICO III.1
POSSIVEL REDE DE INTER-RELAÇÕES DO SETOR TEXTIL



(Continuação da página 46)

de matérias-primas, uma diversidade de empresas fornecedoras e compradoras de insumos e canais de comercialização, o que implica em diferentes estruturas de custos - as despesas de publicidade e propaganda, por exemplo, apresentam um peso considerável em empresas cujo esforço de vendas seja elevado - e uma variedade de preços de venda associada.

A tabela 3.1 e 3.2 - que se encontram nas duas próximas páginas - exprimem, para 1980, as relações inter-setoriais do complexo têxtil na economia brasileira.

TABELA 3.1

RELAÇÕES INTER-SETORIAIS NO COMPLEXO TEXTIL

(Em %)

ESTRUTURA DE INSUMOS	FIACÃO, TEC. NATURAL	FIACÃO, TEC. ARTIFICIAL
Intra-Complexo		
Fiacão, Tecido Natural	35,72	7,93
Fiacão, Tecido Artificial	2,41	17,22
Outras Têxteis	2,62	4,14
Vestuário	0,00	0,00
Extra-Complexo		
Agricultura	12,11	0,00
Resinas, Fibras Artificiais	2,37	25,02
Importações	0,56	0,91
Outros Insumos	18,08	14,51
Valor Adicionado	28,49	30,27
TOTAL	100,00	100,00
Destino da Produção		
Intra-Complexo		
Fiacão, Tecido Natural	37,69	5,42
Fiacão, Tecido Artificial	3,51	16,28
Outras Têxteis	13,52	16,75
Vestuário	18,94	24,77
Extra-Complexo		
Outros Consumos Intermed.	10,67	13,74
Demanda Final Intermed.	7,58	19,15
Exportações	8,09	2,89
TOTAL	100,00	100,00

Fonte: IBGE, Matriz de relações intersetoriais de 1980.

TABELA 3.2
RELACIONES INTER-SETORIAIS NO COMPLEXO TEXTIL

(Em %)

ESTRUTURA DE INSUMOS	OUTRAS TEXTEIS	VESTUARIO
Intra-Complexo		
Fiação, Tecido Natural	22,19	20,79
Fiação, Tecido Artificial	12,85	13,29
Outras Têxteis	7,25	11,66
Vestuário	0,01	0,08
Extra-Complexo		
Agricultura	0,06	0,03
Resinas, Fibras Artificiais	3,73	0,64
Importações	0,69	0,11
Outros Insumos	19,98	17,27
Valor Adicionado	33,24	36,13
TOTAL	100,00	100,00
Destino da Produção		
Intra-Complexo		
Fiação, Tecido Natural	4,39	0,00
Fiação, Tecido Artificial	2,91	0,00
Outras Têxteis	7,02	0,00
Vestuário	16,77	0,08
Extra-Complexo		
Outros Consumos Intermed.	25,21	3,51
Demanda Final Intermed.	38,73	94,75
Exportações	4,97	1,66
TOTAL	100,00	100,00

Fonte: IBGE, Matriz de relações intersetoriais de 1980.

Diante do acima exposto, clara está a impossibilidade de se acompanhar as estruturas de custos e os processos de formação dos preços dos produtos têxteis e, tampouco, generalizar os resultados obtidos da investigação da estrutura de custos e da fixação dos preços de alguns poucos produtos, para os vários segmentos da indústria. Fato este que se origina, na verdade, da configuração da própria indústria têxtil que, como já foi dito anteriormente, é caracterizada por uma notória segmentação, determinada não somente pelas peculiaridades do processo produtivo mas também pela existência de um espectro de opções no que tange à seleção de matérias-primas, e subjacente a essa diferenciação intrasetorial, por uma acentuada heterogeneidade, expressa, superficialmente, no número de empresas e no leque de tamanhos. Junte-se a isto a questão da instabilidade das relações inter e intra setoriais presentes na economia brasileira. Neste sentido, tais características levantam óbices à investigação e ao controle dos preços por parte das autoridades governamentais, em sua tentativa de conter a inflação.

BIBLIOGRAFIA

- CARPINTERO, José Newton C. & BACIC, Miguel Juan. Introdução aos Sistemas de Custeio. Campinas, Unicamp, 1985, mimeo.
- CDI/SIND. Análise dos Setores Industriais e a Indústria Têxtil 1980/1981. Brasília, MIC/CDI/SIND, 1982.
- Entrevistas junto a Empresários do Setor Têxtil.
- PROBEL, F.; HEINRICHS, J.; KREYE, O. La Nueva División Internacional del Trabajo. Siglo Veintiuno, México, 1980.
- International Textile Manufacturers Federation (I.T.M.F.). International Production Cost Comparison - spinning/weaving. Zurich, 1987.
- KOTLER, Philip. Marketing. Edição compacta. São Paulo, Atlas, 1989.
- LERE, John C. Formação de Ecossistemas e práticas. Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1979.
- LIMA, M. P. Tendências do Progresso Tecnológico nas Próximas Décadas e as Mudanças na Divisão Internacional do Trabalho: o caso dos países de industrialização recente. Campinas, CNPQ/Unicamp, 1984 (Relatório de Pesquisa).

THE Long Term Credit Bank of Japan e IPÊA. Current Brazilian Economic and Business Opportunities, mimeo, 1988.

MACARINI, J. P. & BIASOTO JR., G. A Indústria Têxtil Brasileira - diagnóstico setorial. Campinas, SICCT/COINCO/Unicamp - IE, 1985. (versão Final de Relatório de Pesquisa).

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. São Paulo, Atlas, 1970.

POSSAS, M. L. Estruturas de Mercado em Oligopólio. São Paulo, Mucetec, 1987.

RATNER, M. (org.) Inovação Tecnológica e Acumulação de Capital na Pequena Média Empresa. Vol. II (Oligopólio e Pequena Empresa) do Têxtil. EAESP/FGV, São Paulo, 1983.

ROCHERER, F.M. Escalos Industriais - Teoria e Evidência. Rio de Janeiro, Campus, 1979.

SILOS-LABINI, Paulo. Oligopólio e Progresso Técnico. São Paulo, Abril Cultural, 1983.