

Estratégias de determinação de preço no setor moveleiro de Santa Maria (RS)

Felipe Spiazzi do Nascimento*
Herton Castiglioni Lopes**

Pricing strategies in the furniture sector of Santa Maria (RS, Brazil)

RESUMO

Diante da importância da aferição correta dos preços dos produtos, seja para as firmas e seus dirigentes, seja para os teóricos que trabalham com o assunto, esta pesquisa objetiva estudar as estratégias de determinação de preço nas empresas moveleiras da cidade de Santa Maria (RS). O estudo pretende realizar uma análise crítica das teorias econômicas que falam sobre a determinação de preços, enfocando a controvérsia existente entre o campo teórico e o prático. Para atingir os objetivos propostos, foram enviados questionários a empresários das fábricas de móveis localizadas na cidade. Os resultados mostraram que os empresários do setor determinam os preços dos seus produtos com base nos custos de fabricação. Assim, observam os custos de fabricação e adicionam uma margem (*Mark-up*), compondo, dessa forma, o preço de venda. Constatou-se a aplicabilidade da teoria do custo total apresentada por Hall e Hitch (1986 [1939]), já que os empresários não procuram determinar os preços de acordo com a igualdade entre receita e custo marginal, como postulavam os neoclássicos, mas observam os custos produtivos e, a partir deles, determinam os preços dos produtos.

Palavras-chave: estratégias, preços, custos, indústria moveleira.

ABSTRACT

Given the importance of correctly determined product prices, either for the firms and their controllers or for the theoreticians who work on the subject, this research aims to study the strategies of pricing determination of furniture companies in the city of Santa Maria (RS, Brazil). The study aims to provide a critical analysis of economic theories that discuss about pricing determination, focusing on the controversy between theoretical and practical fields. To reach the proposed objectives, questionnaires were sent to businessmen of furniture factories located in the city. The results indicated that managers in the industry determine the prices of their products based on manufacturing costs. That is, they observe the manufacturing costs and add an edge (Mark-Up), thus forming the price of selling. Therefore, it was evidenced the applicability of the

Recebido em 10.03.2010. Aceito em 24.03.2010

*Bacharel em Economia pelo Centro Universitário Franciscano (Unifra). Rua Silva Jardim, 1323, Bairro Centro, 97010-491, Santa Maria, RS, Brasil. E-mail: felipe.fsn@gmail.com.

**Doutorando em Economia do PPGE da UFRGS e professor do Curso de Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial da Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus Cerro Largo-RS. Endereço: campus provisório no Seminário São José – Rua Dr. João Sebastiani s/n Bairro Centro, Cerro Largo/RS E-mail: herton.lopes@uffs.edu.br.

theory of total cost presented by Hall and Hitch (1939), since the businessmen do not determine the prices according to the equality between prescription and cost delinquent, as the neoclassic affirmed, but they observe productive costs and, from them, determine the prices of the products.

Key words: strategies, prices, costs, furniture industry.

JEL Classification: D21, D40, D49

1 Introdução

A determinação de preços sempre foi campo de grande interesse tanto por parte das firmas e seus dirigentes, quanto por parte dos teóricos que realizam estudos industriais. A discussão sobre o tema não é, de forma alguma, recente, pois apenas ganha força em função da nova realidade vivenciada pelas empresas. Isso se deve ao ambiente altamente competitivo que se formou ao longo dos últimos anos, o qual aponta para a necessidade de estratégias precisas, e aos estudos mais detalhados sobre o assunto, já que, do ponto de vista empresarial, se torna um aspecto indispensável para o sucesso das firmas no mercado.

No que tange à teoria econômica, a determinação de preços está presente em abordagens que enfocam, especificamente, o comportamento da firma. Embora a questão do valor seja abordada por diversos economistas, pertencentes às mais diversas escolas de pensamento econômico, destaca-se a teoria microeconômica tradicional, que apresenta um modelo teórico sob o qual a firma determina preços, sempre em busca da maximização do lucro. No entanto, o grau de abstração apresentado pela teoria neoclássica (tradicional) foi e é alvo de diversas críticas, já que, sob o ponto de vista prático, não reflete a realidade.

O princípio do custo total, apresentado por Hall e Hitch (1986 [1939]), integra a teoria que fundamenta essas críticas. Os autores realizaram um estudo prático sobre como os empresários agiam na determinação dos preços dos seus produtos. Alcançaram resultados completamente diferentes da concepção microeconômica tradicional, o que configurou uma verdadeira revolução, pois a análise comprovou que a teoria apresentada e aceita até então sequer era conhecida pelos empresários.

Segundo Azevedo (1998), o trabalho de Hall e Hitch (1986 [1939]) foi um marco na discussão sobre o tema e acabou incentivando pesquisas que enfatizam mais estudos empíricos dos modelos teóricos até o momento desenvolvidos. A partir dessa asseveração, procurando observar a prática de determinação de preços de forma empírica, este trabalho objetiva estudar as estratégias de determinação de preço nas empresas moveleiras da cidade de Santa Maria (RS). Pretende-se, com este estudo, primeiro, proceder a uma análise crítica das teorias que falam sobre a determinação de preços, enfocando a controvérsia existente entre o campo teórico e prático e, segundo, determinar o método estipulado para precificação dos produtos no setor moveleiro. Salienta-se que estudos deste tipo são fundamentais para diagnóstico da competitividade de um setor industrial, pois as ações estabelecidas isoladamente pelas firmas determinam o sucesso de todo o setor. Assim, a estratégia de precificação é fundamental na determinação do desempenho de toda indústria, pois estabelecer um preço que garante um mínimo de rentabilidade, além de contribuir para a sobrevivência da empresa no longo prazo, assegura a manutenção imediata de suas operações, influenciando, também, a geração de renda e emprego para a economia local.

A escolha do setor moveleiro da cidade deve-se ao fato de que este tem buscado alternativas para melhorar sua posição no mercado. Além do mais, trata-se de uma indústria capaz de trazer bons resultados para a economia local, que contribui para maior industrialização da cidade, fato que é uma constante preocupação das autoridades que veem a economia da região impulsionada, principalmente, pelo setor terciário. Nesse caso, acredita-se que a indústria seja um setor interessante para realização de pesquisas, já que a diversidade, ampliação e aprofundamento de estudos pode, inclusive, contribuir para seu maior desenvolvimento.

Para melhor compreensão deste estudo, o presente trabalho apresenta, a seguir, uma revisão de literatura sobre o tema estudado (Seção 2). A revisão contempla a teoria da determinação de preços (Seção 2.1), enfocando a teoria neoclássica e a do custo total, assim como os contrapontos existentes em cada uma delas. Em seguida, é feita uma breve caracterização do setor moveleiro brasileiro (Seção 2.2), objetivando situar a indústria moveleira da cidade no cenário nacional e regional. A Seção 3 deste artigo apresenta a metodologia utilizada para realização da pesquisa, enquanto a Seção 4 traz a análise dos dados oriundos da aplicação de questionários às fábricas de móveis da cidade. Por fim, são apresentadas as principais conclusões do trabalho (Seção 5).

2 Revisão de literatura

A revisão de literatura apresentada a seguir contempla a teoria de determinação de preços, segundo a microeconomia tradicional e os resultados da pesquisa de Hall e Hitch (1986). Embora, na teoria econômica, possam ser encontrados vários autores que pesquisam esse tema essas são as teorias consideradas mais relevantes, quando se trata de preços. A revisão da literatura traz, ainda, uma caracterização do setor moveleiro nacional, objetivando apresentar as principais características do setor estudado.

2.1 Teoria de determinação de preço

2.1.1 Os preços segundo a microeconomia tradicional

A teoria microeconômica tradicional afirma que os preços dos produtos são determinados quando as firmas igualam a receita marginal dos produtos ao seu custo marginal. A ideia apresenta uma lógica incontestável, pois basta observar o significado desses conceitos. A receita marginal mostra, sob o ponto de vista matemático ou não, a receita provinda da fabricação de uma unidade adicional de um bem. O custo marginal, por sua vez, mostra o custo incorrido na fabricação de uma unidade adicional do mesmo bem. Assim, se a receita de fabricar uma unidade adicional supera o custo de fabricação desta, o empresário deve efetivar a fabricação do produto, já que esta unidade adicional traz um certo lucro (lucro marginal) e contribui para aumentar o lucro total. Do contrário, caso o custo de produção desta unidade suplementar supere o da receita adicional, sua fabricação é inviável, pois contribui para redução do lucro total.

Identifica-se, assim, que a suposição neoclássica se constitui em uma teoria geral de determinação de preços. Inicialmente, são fixadas as quantidades de produtos fabricadas, de acordo com a igualdade entre receita marginal e custo marginal e a busca pela maximização dos lucros. Em seguida, são determinados os preços. É claro, no entanto, que a teoria microeconômica considera e analisa a existência de diversos tipos de mercado. Caso uma empresa possua grande poder de monopólio, a capacidade de praticar preços mais elevados e, conseqüentemente, de obter maiores lucros é significativa. Do contrário, quanto maior a

concorrência, menor a capacidade de influenciar o preço, uma vez que ele independe da vontade das firmas. Contudo, em vista da racionalidade dos empresários, a igualdade entre receita e custo marginal sempre seria procurada e os preços seriam determinados desta forma. As Figuras 1 e 2, a seguir, ilustram a determinação de preços em mercados competitivos e em mercados monopolísticos.

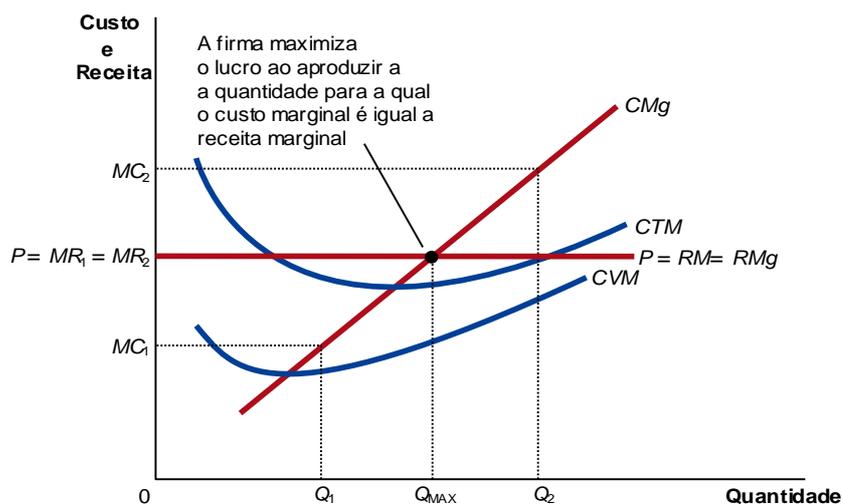


Figura 1: Maximização do lucro em concorrência perfeita.
Figure 1: Profit maximization in perfect competition market.

Salienta-se, ainda, que a teoria apresenta sua lógica, pois, como se pode observar na Figura 1, uma firma em mercado perfeitamente competitivo ajusta a quantidade fabricada de produtos de forma a maximizar o seu lucro¹. Como uma firma em mercado competitivo não possui influência sobre os preços dos produtos fabricados, uma vez que estes são determinados no mercado, produz exatamente no ponto em que o custo marginal se iguala ao preço de venda do produto. Em um mercado perfeitamente competitivo, o preço é igual à receita marginal, de forma que a identidade receita marginal igual a custo marginal permanece válida para maximização dos lucros.

Destaca-se que, num mercado em concorrência perfeita, a tendência é que os lucros sejam pressionados, de forma que, no longo prazo, tendam a desaparecer. Em outras palavras, o custo total médio tende a se igualar ao preço de mercado. Caso não isto ocorra, novas firmas são

atraídas para o mercado, já que a receita média supera o custo médio. Pode ocorrer também que empresas estabelecidas sejam forçadas a abandonar o mercado, em função dos baixos lucros. No caso específico de um mercado em monopólio, espera-se que algo bastante diferente ocorra, principalmente quando se trata dos lucros, pois uma firma em monopólio possui elevado poder sobre os preços e quantidades fabricadas, de forma a poder determinar ambas variáveis na busca por lucros máximos. A Figura 2 ilustra como são determinados os preços dos produtos em mercados monopolistas

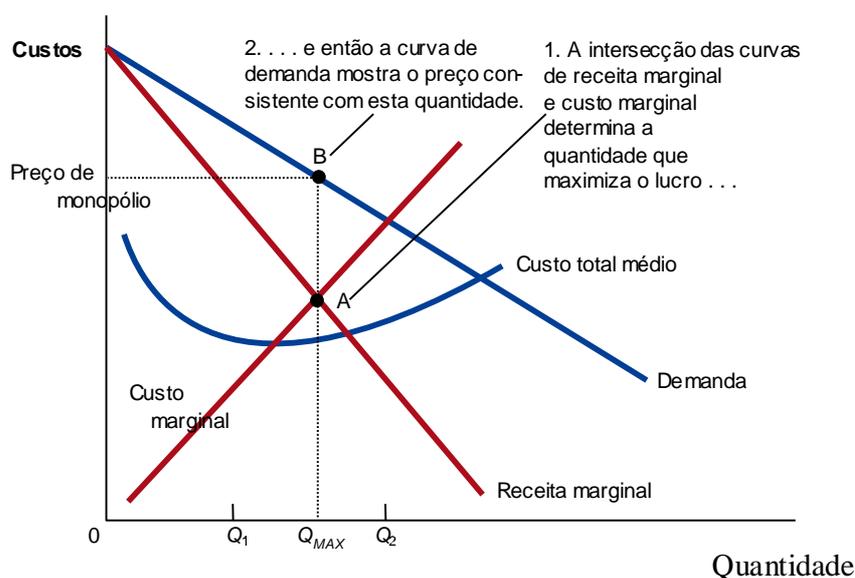


Figura 2: Maximização do lucro em um monopólio.

Figure 2: Profit maximization in monopoly market.

Como se pode observar, uma firma em monopólio maximiza lucro da mesma forma que uma firma em mercado competitivo, isto é, no ponto em que a receita marginal se iguala ao custo marginal. A curva de demanda, como é possível verificar, é negativamente inclinada, mostrando que o monopolista pode controlar tanto os preços como as quantidades de produto fabricado. Na concorrência perfeita, o monopolista possuía controle apenas sobre a quantidade de produto, enquanto o preço era determinado pelo mercado. Como num mercado monopolista existe apenas uma firma, esta faz escolhas quanto ao preço e à quantidade que deseja vender. A curva de demanda, por ser negativamente inclinada, mostra que, se o monopolista aumentar muito o preço, terá uma menor quantidade vendida. Ao contrário, caso queira aumentar a quantidade de venda de produto, precisa baixar o preço do produto².

Outra consideração refere-se à curva de receita marginal. No caso de um monopólio, esta possui exatamente a metade da inclinação da curva de demanda³. Anotado isso, observa-se que, num mercado monopolista, a firma fabrica uma quantidade de produto que iguala a receita marginal ao custo marginal e o preço é estipulado de acordo com o formato da curva de demanda da firma. No entanto, destaca-se que, tanto no curto como no longo prazo, os lucros permanecem consideráveis. Isso ocorre, principalmente, porque, em um mercado monopolista, existem barreiras à entrada de novas firmas, para que não sejam atraídas à indústria e, por consequência, para que não pressionem os lucros.

Existem também estruturas de mercado intermediárias, as quais não são monopólios nem concorrência perfeita (um exemplo são os oligopólios, a concorrência monopolística, entre outros). A teoria microeconômica é aplicável a essas diversas estruturas, entretanto a apresentação de modelos de determinação de preços nesses mercados foge aos objetivos desta revisão, que procura apenas demonstrar a lógica de determinação de preços e maximização dos lucros segundo a teoria microeconômica tradicional.

2.1.2 A teoria do custo total de Hall e Hitch (1986)

A lógica apresentada pelos modelos de determinação de preços da teoria neoclássica é inegável. No entanto, esta é alvo de diversas críticas; a principal remete ao princípio do custo total apresentado por Hall e Hitch (1986). O trabalho desses autores busca uma explicação para a real determinação dos preços, ou seja, visa avaliar como os empresários, na prática, determinavam os preços dos seus produtos. Dessa forma, destaca-se que essa teorização surge como reação à teoria microeconômica tradicional, que afirmava serem os preços e a produção determinados no ponto em que a receita marginal se iguala ao custo marginal (Costa, 1986).

Hall e Hicth (1986) desenvolveram esta pesquisa com 38 empresários. A amostra consistia de 33 fábricas, 3 varejistas e 2 empresas de construção. A partir da aplicação de questionários junto a empresários dessas empresas, Hall e Hitch (1986) observaram que estas não tentavam

igualar a receita marginal ao custo marginal para determinarem os preços e a quantidade produzida. Isso ocorria por alguns motivos, dentre os quais se podem mencionar:

(a) Críticas sob o ponto de vista da receita marginal: tal ponto de vista afirma que os empresários não podiam estimar com precisão sua receita total e, portanto, não poderiam obter a receita marginal. Isso ocorria pelos seguintes motivos: (i) os empresários não tinham exato conhecimento da demanda; (ii) os empresários não conheciam as preferências dos consumidores e; (iii) eles não conheciam as reações dos consumidores a variações nos preços dos seus produtos.

(b) Críticas sob o ponto de vista do custo marginal: Hall e Hitch (1986) afirmaram que os empresários não conseguem estimar com precisão os seus custos de produção. Por consequência, não poderiam obter suas curvas de custo total e custo marginal. Isso ocorria, em especial, pelos seguintes motivos: (i) dificuldade de estimar os custos com precisão, pois é possível constatar que as firmas não mantinham um controle rígido sobre os custos diretos e indiretos, de forma que uma estimativa precisa não poderia se efetivar e; (ii) as fábricas eram diversificadas, o que dificultava a estimação dos custos de cada produto específico.

Portanto, conforme se pode notar na obra de Hall e Hitch (1986), aparentemente, as firmas não visavam, nas suas políticas de preços, à maximização dos lucros que viria por meio da igualdade entre receita e custo marginal. Em alguns casos, isso pode ser explicado pelo fato de que os empresários pensam mais em lucros a longo prazo e em termos de curva de demanda e custo a longo prazo, do que em lucros imediatos. Isso foi o que autores chamaram de levar em conta a imagem (Hall e Hitch, 1986).

Ainda segundo Hall e Hitch (1986), a grande maioria dos empresários considerava que o preço baseado no custo médio total (incluindo uma margem percentual de lucro) era o justo. Isso significa que os empresários determinavam os preços dos seus produtos a partir do valor do custo médio direto. Bastava, nesse caso, calcular tal custo e adicionar uma certa margem (*Mark-up*), que seria a responsável por cobrir os custos indiretos e ainda proporcionar certa rentabilidade aos empresários (lucros). Assim, dependendo do mercado, isso significou, em alguns casos, calcular o custo total de uma mercadoria e cobrar um preço igual ao custo. Em outros, significava partir de um preço convencional e comprovadamente aceitável pelos consumidores.

Para Hall e Hitch (1986), o efeito da concorrência induzia as firmas a modificarem a margem de lucro. Isso oportuniza crescer essa margem aos custos diretos ou aos indiretos. Em alguns casos, uma grande empresa fixava seu preço próximo do valor do seu custo total, fazendo com que as outras empresas do grupo fixassem seus preços próximos ao preço desta maior.

O estudo de Hall e Hitch (1986) apresenta, ainda, seis fatores que podem ser importantes para a política de preços adotada pelos empresários. São eles: (i) os produtores não conhecem suas curvas de demanda ou de receita marginal; não conhecem as preferências dos consumidores e, por serem, na sua maioria, oligopolistas, esses produtores não sabem qual seria a reação de seus concorrentes em decorrência de uma mudança de preços; (ii) os produtores temiam, em caso de uma redução de seus preços, que a concorrência também o fizesse; (iii) tais empresários não sabiam o que seus concorrentes fariam, se elevassem os preços; temiam que estes não os acompanhassem ou que aumentassem muito pouco o valor dos produtos; (iv) os preços não são reduzidos por meio de acordos efetivos ou tácitos entre os produtores, devido à convicção de que a elasticidade da demanda para o grupo de produtos é insuficiente para tornar este caminho vantajoso; (v) se os preços estão na vizinhança do nível de custo total, não são elevados mediante acordos tácitos ou efetivos; (vi) as alterações no preço são frequentemente muito dispendiosas, uma inconveniência para os vendedores, por essa razão, são vistas com desagrado pelos comerciantes e consumidores.

O efeito da concorrência influenciava as firmas a mudarem sua margem de lucro. Um dos procedimentos comuns era que a empresa fixasse os preços próximos de seu custo total. Assim, as demais empresas do grupo tenderiam a aceitar tal precificação. Portanto, embora se trate de uma crítica à microeconomia tradicional, tal postulação apresenta relação com a teoria neoclássica, pois esta também admite que quanto maior a concorrência, maior a dificuldade de as empresas determinarem os preços dos produtos. Do contrário, quanto menor a concorrência, maior a capacidade de cobrar preços elevados.

A crítica teve uma forte repercussão na teoria até então aceita como verdadeira, além de demonstrar a realidade dos empresários de forma prática. Temas como a determinação de preços ainda estão em pauta para discussão, seja dentre as teorias econômicas, seja entre os estudiosos

de teorias administrativas⁴, pois a política de determinação de preços, sem dúvida, é um dos aspectos mais decisivos da competitividade de uma indústria.

2.2 O setor moveleiro nacional: breves considerações

Para Coutinho e Ferraz (1993), o setor moveleiro é uma indústria homogênea em nível internacional que, segundo os autores, tem como característica ser um ramo de produção tradicional, com uma tecnologia de produção consolidada e bastante difundida. O nível de organização nacional é bastante primário, pois o setor apresenta, ainda, multiplicidade de produtos e processos produtivos no gênero da madeira. Trata-se de um setor que absorve uma quantidade de mão de obra bastante elevada, quando comparada aos demais ramos industriais. Consequentemente, transforma-se em uma indústria que merece grande atenção por sua capacidade de geração de empregos e renda para os locais onde está estabelecida.

Para Marion Filho (1997), além da grande absorção de mão de obra, a indústria brasileira possui a peculiaridade de assemelhar-se à indústria internacional no que diz respeito à quantidade de valor adicionado ao processo produtivo e a fragmentação do mesmo. No entanto, a indústria destoa do resto do mundo por ser mais verticalizada e por apresentar um grande número de estabelecimentos com pequeno número de empregados. De uma forma geral, o autor caracteriza a indústria como concentrada nas grandes regiões metropolitanas, destacando empresas familiares com capital totalmente nacional.

Coutinho e Ferraz (1993) concordam que o setor moveleiro tem predomínio de pequenas e médias empresas, com poucas de grande porte e grande número de firmas tipicamente artesanais. Acrescenta, contudo, que as pequenas empresas, por terem um elevado número de trabalhadores e pouco valor agregado, apresentam um baixo nível de produtividade econômica, quando comparadas com as demais. Em contrapartida, estão as empresas de médio e grande porte, com um pequeno número de empregados e elevada produtividade econômica.

Coutinho e Ferraz (1993) apontam uma desvantagem da indústria de móveis nacional em relação à indústria de transformação. Sua participação no valor adicionado total diminuiu de

2,0% para 1,1%, entre as décadas de 70 e 90. Entre 1990 e 1970, a taxa média de crescimento do setor moveleiro foi de 2,1%, enquanto a indústria de transformação teve um crescimento de 5,2%. Até o início da década de 80, a indústria de móveis acompanhou o crescimento nacional, mesmo que de maneira menos acentuada, porém sua produção, na década de 80, reduziu-se em 35,9%, enquanto a indústria de transformação teve uma retração na sua produção apenas de 2,0%. A indústria de móveis parece, portanto, ter sido afetada de forma particular pelos ciclos de crescimento e de recessão que caracterizam a economia brasileira nos anos 80.

A partir da década de 90, no entanto, a indústria de móveis nacional teve um grande avanço. A realização de investimentos como aquisição de máquinas e equipamentos importados, possibilitou melhorias no nível de produção, equiparando-a a níveis internacionais. Segundo Coelho (2004), entre 1990 e 2000, as exportações, embora pouco diversificadas, passaram de US\$ 44 milhões para US\$ 487 milhões, destacando-se os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, responsáveis por 87% do volume exportado. Constatou-se, então, aumento na participação do setor nacional no comércio mundial de móveis, que passou de 0,1% para 0,9%, no período considerado. As exportações, porém, continuam pouco diversificadas, pois 70% do total exportado pela indústria brasileira restringe-se a móveis residenciais de madeira.

Segundo dados da Secretaria do Comércio Exterior–SECEX (*in* MOVERGS, 2007), entre os meses de janeiro e setembro de 2007, enquanto a média de crescimento nacional foi de 2,3%, o Rio Grande do Sul teve um aumento de 6% da sua exportação com relação ao mesmo período de 2006, com um total de US\$ 205 milhões, frente aos US\$ 194 milhões do mesmo período de 2006. Apesar da redução de 26,6% (ver Tabela 1), os Estados Unidos continuam sendo o principal mercado para o produto gaúcho. Porém, alguns países passaram a comprar mais no período considerado. É o caso dos Emirados Árabes (23,6%), da Espanha (30%) e da Argentina (45,1%).

Tabela 1: Destino das exportações gaúchas de móveis nos principais países – US\$ FOB.
 Table 1: Destination of gaucho furniture export in the main countries – US\$ FOB.

Países	Jan-Set 2007	Jan-Set 2006	Var. (%)
Estados Unidos	24.610.246	33.511.496	-26,6
Reino Unido	28.137.473	28.054.149	0,3
Chile	16.815.327	16.781.846	0,2
Argentina	20.431.200	14.084.353	45,1
França	8.062.885	6.072.926	32,8
Espanha	16.039.245	12.339.288	30,0
México	3.194.362	4.534.311	-29,6
Uruguai	8.169.438	6.753.277	21,0
Colômbia	3.277.056	1.361.723	140,7
Emirados Árabes	2.786.175	2.201.592	26,6
Outros	74.112.435	68.366.041	8,4
Total	205.635.842	194.061.002	6,0

Fonte: MOVERGS/SECEX/SDP – (Cap. 94 da NCM) (MOVERGS, 2007).

No que diz respeito, especificamente, ao processo de produção de móveis, Coutinho e Ferraz (1993) afirmam ser cabível observar que este não sofre, continuamente, substanciais modificações. Afirmam, também, que existe disparidade entre as empresas líderes, no que tange ao grau de modernização tecnológica, havendo, inclusive, o uso simultâneo de equipamentos antigos com equipamentos de última geração. Para os autores, tais fatos contribuem para que não haja alterações radicais no padrão competitivo dos diversos países que fabricam o produto.

Nesse aspecto, as principais vantagens obtidas por algumas indústrias referem-se às inovações de produto que ocorrem pelo aprimoramento do *design* e pela utilização de novos materiais. Tudo isso pode ser considerada uma estratégia de diferenciação, pois a competitividade internacional tem apoio não somente na eficiência nos processos de produção, mas também, e sobretudo, na qualidade, no conforto, na flexibilidade de arranjo de montagem e no *design* dos móveis.

No geral, as empresas brasileiras não possuem departamento de *design*. Em alguns casos, esse departamento foi eliminado por ser considerado um custo desnecessário. Para Coutinho e Ferraz (1993), os produtos desenvolvidos são cópias modificadas dos modelos oferecidos no mercado mundial, o que não pode ser considerado um grande problema, pois a indústria apenas produz seus móveis de acordo com a demanda mundial.

No que se refere à competitividade do setor em nível internacional, pode-se dizer que existem quatro fatores básicos que devem ser considerados. Dentre esses, estão: (i) tecnologia: apesar de o setor ser caracterizado como tradicional, é um importante ponto a ser considerado, pois, até o início da década de 90, a indústria moveleira brasileira se encontrava bastante defasada; (ii) nível de especialização da produção: para melhorar esse fator, seria necessária uma diminuição da verticalização das empresas, ou seja, uma cooperação entre firmas a fim de potencializar a competitividade. Conforme Marion Filho (1997), a diminuição da verticalização já vem ocorrendo e é apontada como um dos fatores essenciais para o aumento das exportações⁵. (iii) *Design*: citado por Marion Filho (1997) como um dos principais fatores de competitividade, o qual, por isso, deve receber maiores investimentos, já que são determinantes na preferência dos consumidores do produto; (iv) estratégias comerciais: tais estratégias são adotadas de maneira diferente pelas empresas que atuam na indústria e seguem, basicamente, o mercado consumidor a ser atingido. Para as exportações, o método mais difundido é o contato direto com os importadores estrangeiros. Algumas empresas, contudo, possuem lojas próprias em outros países.

A indústria brasileira, apesar dos diversos segmentos existentes (tipos de móveis fabricados), possibilita constatar a existência de um grande potencial de elevação da competitividade em relação aos demais países que competem no segmento. Tal afirmação decorre do fato de que o país possui uma boa oferta de matérias-primas (madeiras) com baixo custo. Além do mais, a indústria moveleira nacional apresenta grande vantagem com relação aos custos da mão de obra.

Anotadas essas observações, torna-se possível constatar que o setor moveleiro nacional demonstra abrigar uma indústria competitiva. Nesse quadro, destaca-se o Rio Grande do Sul como um dos expoentes da exportação de móveis do país. Dessa forma, convém focalizar a situação do setor moveleiro da Cidade de Santa Maria (RS), especificamente no aspecto da determinação dos preços dos produtos, pois, embora possua uma série de vantagens do ponto de vista competitivo, toda essa prerrogativa pode ser prejudicada, se os critérios de precificação não forem adequadamente estabelecidos.

3 Metodologia

3.1 Classificação da pesquisa

A pesquisa pode ser denominada como do tipo exploratório-descritiva. Caracteriza-se como exploratória porque, tal como afirma Gil (1991), tem como objetivo desenvolver, esclarecer, e modificar conceitos e ideias, visando proporcionar a formulação de problemas mais precisos e também hipóteses pesquisáveis para estudos a serem desenvolvidos posteriormente. De igual modo, é considerada como uma pesquisa descritiva porque tem a função de descrever as características de um dado fenômeno, o que se enquadra no objetivo do trabalho.

3.2 Procedimento de coleta dos dados e população

Os dados utilizados são de origem primária e secundária. Os dados secundários foram utilizados para contextualização da indústria em âmbito nacional e estadual. Por sua vez, os dados primários, centrais à pesquisa, foram obtidos mediante questionários enviados às empresas do setor.

Os questionários foram enviados a empresários das fábricas de móveis cadastradas na NUMOV/SM, que são: Kisner Móveis, Mathiane Móveis, Mobilha, Móveis Back, Móveis Cavalheiro, Móveis Dapper, Móveis Küster, Móveis Nascimento, Móveis Miola, Morgental/G.S.L, Móveis São José, Móveis Scolari Taschetto, Móveis Wachtmann, Osmar Móveis, Personale Móveis. Essas empresas, portanto, compõem a população pesquisada. Salienta-se que, do total de 15 empresas pesquisadas, foram tabuladas, em média, 10 respostas, pois algumas não responderam aos questionamentos.

4 Análise da determinação de preços no setor moveleiro de Santa Maria (RS)

A partir da pesquisa aplicada aos empresários do setor moveleiro de Santa Maria (RS), procurou-se relacionar o critério de determinação de preços no setor moveleiro da cidade com a teoria apresentada por Hall e Hicth (1986 [1939]). Na elaboração dos questionários, admitiu-se que os empresários não possuem conhecimento dos conceitos de receita marginal e de custo

marginal, pois se acredita que os dirigentes possuem pouco conhecimento de teoria econômica. Contudo, na aplicação dos questionários, conforme o apresentado nos objetivos deste trabalho, procurou-se diagnosticar qual o critério utilizado para determinação de preços dos produtos, qual o método estabelecido para adição de uma margem aos custos dos produtos e o sistema de controle de custos utilizado pelas empresas. Os resultados, quanto ao critério de precificação utilizado nas empresas pesquisadas, são apresentados na Tabela 2.

Tabela 2: Critério de precificação utilizado pelas empresas moveleiras de Santa Maria (RS).
Table 2: Pricing criterion used for furniture companies of Santa Maria (RS, Brazil).

Critério	Número de empresas	Percentual de empresas
Adição de uma margem aos custos do produto fabricado	10	100%
Precificação de acordo com a concorrência	2	20%
Precificação de acordo com o nível de procura	-	-
Outro critério	-	-
Total	10	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Como se pode observar, a maioria das empresas pesquisadas precificam seus produtos adicionando uma margem aos custos do produto fabricado. Salienta-se que duas delas também estabelecem preço considerando os preços dos concorrentes. Comprova-se, portanto, que, no setor moveleiro da cidade, as empresas têm os custos como o principal determinante na formação dos preços. Não poderia ser diferente, pois, do ponto de vista empresarial, trata-se do critério mais direto e objetivo para precificação. Afinal, os custos sempre devem ser considerados por qualquer empresa, quando concretiza a precificação do produto. De nada adianta, para as firmas, serem eficientes na fabricação de um produto, se não tiverem conhecimento dos seus custos produtivos e se incorrerem no equívoco de precificar com uma margem que traga lucratividade insuficiente ou, simplesmente, com uma cobrança que não seja suficiente para cobrir nem os custos produtivos.

Além de observar o critério utilizado para precificação, questionou-se, também, para as empresas que adicionam uma margem aos custos de fabricação, qual o critério utilizado por elas para definir tal margem. A Tabela 3 mostra que sete empresas estabelecem o preço considerando

o custo dos insumos mais as despesas fixas de fabricação, enquanto uma empresa contabiliza apenas os custos dos insumos. Nenhuma empresa observa o rendimento desejado em decorrência dos gastos com investimento e duas utilizam-se de outros critérios e métodos, os quais não explicitaram.

Tabela 3: Método de adição para a margem dos custos do produto.
Table 3: Addition method for the margin of product costs.

Critério	Número de empresas	Percentual de empresas
Custo dos insumos para fabricação	1	10%
Custo dos insumos para fabricação mais as despesas fixas	7	70%
Com o rendimento desejado em função do investimento realizado	-	-
Outro critério	2	20%
Total	10	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Embora todos os critérios explicitados sejam importantes no momento de determinar os preços, a pesquisa, mais uma vez, comprova a teoria de Hall e Hitch (1986). Isso significa que as empresas seguem o que os autores chamaram de “princípio do custo total”, contabilizando os custos diretos e indiretos e, após esse procedimento, adicionando uma margem de lucro. Ainda com relação à precificação com base nos custos, a pesquisa considerou fundamental observar qual o sistema utilizado pelas empresas para controle dos custos produtivos. Visto que este é o principal critério utilizado na determinação de preços, a manutenção de um sistema eficiente de controle de custos é fundamental para que os preços sejam estabelecidos de forma eficiente. A Tabela 4 apresenta os resultados desse questionamento.

Tabela 4: Sistema para controle dos custos.
Table 4: System for costs control.

Sistema utilizado	Número de empresas	Percentual de empresas
Planilha de custos	4	57,14%
Custos diretos	1	14,28%
Outros	2	28,57%
Total	7	100%

Fonte: Pesquisa de campo.

Conforme pode ser observado, das empresas que precificam considerando os custos de fabricação, quatro se utilizam de uma planilha para controlar os custos produtivos e apenas uma empresa avalia os custos diretos. Essa somente observa a quantidade de insumos utilizados e, em função desses gastos, determina os preços. Outras duas empresas afirmaram que se utilizam de outro critério para controlar seus custos de fabricação, no entanto, não informaram qual. O restante das empresas não respondeu ao questionamento.

5 Conclusões

Este trabalho teve como objetivo analisar a determinação de preços no setor moveleiro da cidade de Santa Maria (RS). Para isso, realizou-se uma análise das teorias que abordam o assunto, enfatizando a controvérsia existente entre a teoria neoclássica de determinação de preços e a teoria do custo total apresentada por Hall e Hitch (1986 [1939]). Para atingir o objetivo proposto neste trabalho, foram aplicados questionários aos empresários do setor moveleiro da citada cidade, a fim de determinar o método estipulado pelas empresas para a precificação de seus produtos.

Os resultados da pesquisa mostraram que as empresas moveleiras de Santa Maria (RS) precificam seus produtos adicionando uma margem aos custos do produto fabricado. Portanto, é possível constatar que a determinação de preços no setor moveleiro da cidade segue a lógica proposta por Hall e Hitch. Em outras palavras, os empresários do setor moveleiro determinam o preço considerando, principalmente, os custos de fabricação do produto. Em especial, salienta-se que os empresários atribuem pouca importância a outros fatores que poderiam influenciar nos

preços (concorrência, nível de procura, entre outros). Não poderia ser diferente, pois os custos são de extrema importância no momento de precificar os móveis fabricados. Ao adicionarem uma margem aos custos de fabricação, convém destacar o fato de que a maioria dos empresários faz também uma estimativa dos custos indiretos, ou seja, determinam preços considerando os custos dos insumos produtivos e suas despesas fixas. Além do mais, se enfatiza que a maioria das empresas utiliza-se de planilhas para controlar os custos produtivos, englobando, nesta planilha, os custos indiretos de fabricação.

Por fim, destaca-se que, assim como na obra de Hall e Hitch que apresentou incontestável aplicação prática, este estudo diverge da microeconomia tradicional. Diferentemente do que pensavam os neoclássicos, os empresários não precificam seus produtos igualando a receita marginal ao custo marginal, mas acrescentam uma margem aos custos para que possam chegar a um preço satisfatório, tanto para o produtor quanto para os clientes.

No entanto, convém, ainda, destacar que essa margem varia de setor para setor e é influenciada por diversos fatores (concorrência, preferência dos consumidores etc). Segue, portanto, como sugestão para estudos posteriores, uma avaliação do nível *Mark-up* não apenas do setor moveleiro estudado nesta pesquisa, mas também dos diversos ramos industriais, se possível, relacionando-o com outras variáveis que possam influenciar neste aspecto.

Referências

- AZEVEDO, P.F. 1998. Organização industrial. In: D.B. PINHO; M.A.S. VASCONCELLOS (orgs.), *Manual de economia*. 3ª ed., São Paulo, Saraiva, p. 195-222.
- COELHO, M.R. 2004. Competitividade das exportações brasileiras de móveis no mercado internacional: uma análise segundo a visão desempenho. *Revista FAE*, 7(1):51-65.
- COSTA, A.B. 1986. Uma nota introdutória ao artigo: a teoria dos preços e o comportamento empresarial de R.L. Hall e C.J. Hitch. *Literatura Econômica*, 8(3):369-378.
- COUTINHO, L.G.; FERRAZ, J.C. (orgs.). 1993. *Competitividade da indústria de móveis de madeira. Estudo da competitividade da indústria brasileira*. Campinas, MCT, 510 p. Disponível em: www.mct.gov.br/publi/compet/nts, acesso: 18/12/2004.
- HALL, R.L.; HITCH, C.J. 1986. A teoria dos preços e o comportamento empresarial. *Literatura Econômica*, 8(3):43-78.

MARION FILHO, P.J. 1997. *A evolução e a organização recente da indústria de móveis nos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul*. São Paulo, SP. Tese de Doutorado. Escola Superior de Agricultura “Luiz Queiroz” ESALQ/USP, 151 p.

MOVERGS. 2007. Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://www.movergs.com.br/>, acesso em: 15/01/2008.

PINDICK, R.S.; RUBINFELD, D.L. 2006. *Microeconomia*. São Paulo, Prentice Hall, 791 p.

PINHO, D.B.; VASCONCELLOS, M.A.S. de. 2003. *Manual de economia*. São Paulo, Saraiva, 606 p.

PORTER, M. 1986. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 14ª ed., Rio de Janeiro, Campus, 362 p.

VASCONCELLOS, M.A.S. de. 2001. *Economia micro e macro*. 2ª ed., São Paulo, Atlas, 425 p.

VARIAN, H.R. 2006. *Microeconomia: princípios básicos*. Rio de Janeiro, Campus, 778 p.

¹ Para melhor compreensão desta estrutura de mercado, assim como das demais mencionadas neste trabalho, sugere-se uma leitura de Pinho e Vasconcellos (2003) e Vasconcellos (2001).

² A curva de demanda negativamente inclinada mostra que o monopolista deve ajustar a quantidade e o preço de produto vendido, a fim de obter o lucro máximo. O monopolista não pode aumentar o preço exorbitantemente, pois provavelmente suas vendas se reduzirão. Afinal, mesmo sendo monopólio, as pessoas não possuem renda suficiente para aumentar o consumo indefinidamente.

³ Para maiores explicações sobre o formato de uma curva de receita marginal em monopólio, vejam-se detalhes em Pindick e Rubinfeld (2006) e Varian (2006).

⁴ Porter (1986), por exemplo, afirma que os preços são influenciados pelo poder de barganha dos compradores junto aos vendedores do produto. Neste caso, a visão do autor assemelha-se à teoria econômica, pois o poder de barganha pode ser decorrente da condição de monopólio da firma ou da diferenciação do produto.

⁵ Destacam-se, como exportadores, os polos de São Bento do Sul e Bento Gonçalves, que foram responsáveis por 78% das exportações brasileiras em 2000.