

Crescimento das indústrias moveleiras: uma visão com base nos sindicatos patronais dos estados do Sul e de São Paulo

Artemio Trintinaglia

RESUMO: O artigo propõe-se a analisar o crescimento da indústria moveleira com foco no triângulo do crescimento: aquisição de máquinas e equipamentos, aumento do quantitativo de empregados e da planta instalada em metros quadrados (m²). Foram pesquisados 11 sindicatos dos estados de Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, responsáveis por 324 indústrias associadas. Os dados coletados, com base em questionário, com questões fechadas e opções de respostas em formato de escala, foram submetidos a análises estatísticas por meio do software *Sphinx*. Os resultados configuram que houve crescimento nas indústrias moveleiras e os aumentos mais expressivos ocorreram naquelas na faixa de 11 a 15 anos de atuação no mercado. Apesar de a grande maioria das empresas participantes do estudo adquirir empréstimo, os testes comprovaram que essa variável não tem correlação com o crescimento. Também se identificou que o tamanho da empresa não está relacionado ao tamanho do crescimento. Concluiu-se que o triângulo do crescimento não pode ser atribuído a uma única variável, embora o aumento do quantitativo de empregados e da planta instalada em m² das indústrias tenha apresentado correlação direta com a variável “design”. O crescimento de máquinas e equipamentos surge da combinação das variáveis: empregados, financiamento, *design* e produtos para classe C.

Palavras-chave: Crescimento industrial. Variáveis que proporcionam crescimento. Indústria moveleira.

ABSTRACT: This article is aimed to analyze the growth of the furniture industry focusing at the growth triangle: purchasing of machinery and equipment, hiring more staff and increasing the plant in m². We interviewed 11 unions from Parana, Sao Paulo, Rio Grande do Sul and Santa Catarina states, which are responsible for 324 industry associates. The data was collected through a questionnaire and it was submitted to a statistical analysis using the Sphinx software. The results concluded that there was a growth in the furniture industry and companies that were in business from 11 to 15 years had grown the most. Even though the majority of the companies acquired loans, the tests showed no correlation with their growth. It was also identified that the size of the company is not related to the growth. We can conclude that the triangle of growth cannot be attributed to just one variable, even though increasing the number of employees and the plant in m² of the industry has direct correlation to a variable “design”. The increase of machinery and equipment is resulted of the combination of variables: staff, loans, design, and products for social class C.

Keywords: Industrial growth. Growth variables. Furniture industry.

Recebido em: 30/11/2015.

Aprovado em: 06/12/2016.

Sistema de avaliação: Double Blind Review

Editores Científicos: Maria Aparecida de Souza Melo e Simone Pereira Silva Bastos

1 INTRODUÇÃO

O crescimento econômico produz reflexos na vida das pessoas e das empresas, pois proporciona mais emprego, renda e, acima de tudo, a busca por mais qualidade em todos os sentidos. Na opinião de Viana (2009), o crescimento econômico advém do aumento da capacidade produtiva da economia e, portanto, da produção de bens e serviços de determinado país ou área econômica. Com base nessa ideia, este artigo aborda o crescimento das indústrias moveleiras, um ramo de atividade econômica que desponta como uma das mais importantes para a economia, no atual cenário do país, com milhares de indústrias e empregos, e faturamento de alguns bilhões (Empresa Brasil de Comunicação S/A – EBC, 2015).

O estudo teve como objetivo principal analisar o crescimento da indústria moveleira com foco no triângulo do crescimento: aquisição de máquinas e equipamentos, aumento do quantitativo de empregados e aumento na planta instalada em metros quadrados (m²). A amostra foi composta por 11 sindicatos, dos quais, dois eram do Estado do Paraná; um, de São Paulo; três, do Rio Grande do Sul e cinco, do Estado de Santa Catarina, os quais, juntos, representaram 324 indústrias moveleiras. Entende-se que a pesquisa se revela valiosa por apresentar dados do crescimento, dentro de faixas etárias das indústrias, e a influência de diversas variáveis para o entendimento desse processo de crescimento.

O estudo de caráter quantitativo-descritivo se justifica por aprofundar conhecimentos no ramo moveleiro e servir de base para futuras pesquisas, diante da perspectiva da possibilidade da substituição da atual matéria-prima pelo plástico, tornando o ambiente ainda mais competitivo (PINHEIRO, 2012).

Este artigo está estruturado em quatro seções: na primeira, tem-se a fundamentação teórica, em que são abordados conceitos de teóricos sobre o crescimento industrial. Na segunda seção, discute-se a metodologia, na qual se esclarece que se utilizou da pesquisa quali-quantitativa e por último, consta a conclusão, em que são retomados os principais resultados à luz do objetivo geral.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica apresenta ideias de autores, como Penrose (1962); Correa Rodríguez (1999); Elston (2002); Garcia (2004); Clemente (2002), sobre a temática em estudo, para elucidar e possibilitar a discussão sobre conceitos e conjecturas para o crescimento industrial da indústria moveleira.

2.1 Crescimento industrial

Crescer significa expandir e isso só acontece quando o administrador usa de suas habilidades e criatividade na busca de conseguir uma dinamização em toda estrutura que leve uma empresa ao sucesso conjuntamente com o bem-estar dos seus clientes e trabalhadores (SOUZA, 2005).

Penrose (1962) afirma que a capacidade de crescer decorre da existência de recursos ociosos dentro da empresa e, para Guimarães (1982), a empresa é um *locus* de acumulação de capital que envolve a formação bruta de capital nos diversos níveis que culminam com a sua expansão. Além disso, Trintinaglia e Froemming (2010) sugerem que o crescimento industrial é uma combinação de fatores de origem interna e externa na medida em que produziram produtos de alta qualidade e que atendem às necessidades dos clientes.

Baseando-se no ciclo de vida da empresa, o processo do crescimento é

inevitável a qualquer empresa, pois, ao contrário, haveria o fracasso e a correspondente decadência. Para Correa Rodríguez (1999), as indústrias de maior tamanho têm política de crescimento conservador. Elston (2002) argumenta que não é tanto a idade da empresa que condiciona o seu crescimento, mas a possibilidade de entrar no mercado de capitais, tornando-se sociedade anônima, ou ainda buscando financiamentos de formas diversas. Garcia (2004) conclui que não é a idade nem o setor de atividade de uma empresa que determinam o seu tamanho final.

No entendimento de Clemente (2002), os indicadores de tamanho são: número de operários, tamanho físico, produção por período definido e utilização de insumos por período definido. Contudo, faz observação em relação a esses indicadores de tamanho, que somente são comparáveis no âmbito de certo ramo de atividade, e que, devido à intensidade da tecnologia, podem-se ter indústrias automatizadas de grande capacidade e pouca mão de obra.

A soma de todos os bens pertencentes à empresa resulta no seu patrimônio, que, na orientação de Marion (2004, p. 34), é “[...] o conjunto de bens pertencentes a uma pessoa ou a uma empresa [...]”. Esse conjunto de bens é a própria evidência das transformações que houve durante o tempo, e se esse conjunto de bens aumentou, então, deduz-se que a empresa tenha crescido.

Uma empresa que cresce e é um local bom para se trabalhar, é admirada por toda a sociedade e os seus empregados fazem questão de dizer que trabalham nela. Os dirigentes em muito colaboram para isso e quando motivados, perpassam sinergia que contagia a todos, além de serem proativos e estarem sempre em busca de inovação e bons

resultados (TRINTINAGLIA; FROEMMING, 2010). Penrose (1962) destaca que a motivação dos dirigentes é um fator necessário para aproveitar os recursos ociosos como oportunidade para a empresa crescer.

Fernández (1993) acredita que os recursos humanos são fatores primordiais para a empresa conseguir vantagens no mercado. Na mesma perspectiva, Alvarez (1982) argumenta que a busca do aumento do poder por parte do dirigente está associada ao crescimento da organização.

Os cursos empresariais estão associados ao aumento da lucratividade e à motivação. Robbins (2002) aborda que um dos motivos para a crescente importância dos cursos é devido à competição intensificada, às mudanças tecnológicas e à busca de aumento da produtividade que demandam de qualificação dos empregados.

2.2 Integração vertical e a produção em escala

A integração vertical é uma das formas de se buscar o crescimento industrial. Pode proporcionar economias de escala, que, na opinião de Porter (1986), está presente em quase toda função de um negócio, como na fabricação, compras, pesquisa e desenvolvimento, marketing, rede de serviços, força de vendas e na distribuição. Na opinião de Rezende (1997), a integração vertical se refere à forma que uma empresa agrega fases em sua cadeia produtiva, aumentando o número de produtos ou processos intermediários para uso próprio, o que significa administrar um conjunto de operações que pode ir da produção da matéria-prima à distribuição ao cliente final. E para isso, busca-se a todo custo economias de escala, que, para Guimarães (1983), é a redução do custo médio de longo prazo de

produção e de fabricação, à medida que se eleva o nível de produção.

O crescimento industrial, no entendimento de Souza (2005), também se faz pelo montante de lucros gerados pela integração vertical, que é a busca da eficiência, ao se considerar um custo menor pela coordenação dos recursos empresariais.

2.3 Demanda, financiamento e governo

Uma empresa, para crescer e até para sobreviver, precisa ter demanda para seus produtos. Porter (1986) destaca que a demanda é um fator condicionante para investimentos. Embora a demanda possa ser estimulada pela publicidade, pela redução de preços, também é melhorada pela abertura de novos canais de distribuição, permitindo, assim, chegar a novos consumidores.

O produto interno bruto (PIB) de um país tem relação direta com a sua demanda. Se o PIB está crescendo ano após ano, isso pode indicar que há uma ascensão da produção. Kindleberger (1976) diz que os mercados podem crescer por meio de aumentos da renda real da população. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), a população brasileira está aumentando, enquanto o número de pessoas por domicílio está em declínio.

Na opinião de Denaldi *et al.* (2010), a expansão e maior disponibilidade de subsídios públicos ao crédito à produção habitacional têm provocado um dos maiores ciclos de crescimento do setor imobiliário nas cidades já vividos no país. Para o setor moveleiro, objeto deste estudo, esses dados são de extrema importância, porque há um aumento da demanda de bens fabricados pela indústria moveleira para mobiliar os espaços dessas habitações.

O acesso à informação, aliado às dinâmicas sociais existentes, propicia às

pessoas a busca por bens diferentes. Muitos desses bens são do ramo moveleiro e possuem design inovador, por terem sido concebidos com base em ideias que externalizam: qualidade, durabilidade, conforto, estética, ergonomia, diversidade de cores e a utilização de novos materiais. Tudo isso influencia na demanda, pois permite às indústrias se diferenciarem e construírem vantagens competitivas (TRINTINAGLIA; FROEMMING, 2010).

A vantagem competitiva é geradora de disponibilidade financeira (PORTER, 1986). Essa disponibilidade, para algumas empresas, é insuficiente à aquisição de máquinas e equipamentos e ampliação da planta da indústria. Em virtude disso, na maioria das vezes, faz-se necessário buscar capital junto a agentes financeiros.

López, Riano e Romero (1999) enfatizam que o acesso aos financiamentos é um fator que conduz as indústrias ao crescimento, por meio da obtenção recursos a juros, às vezes, subsidiados. Cabral e Mata (1993) encontraram evidências de que a dimensão ou tamanho da empresa, bem como a idade, estão relacionadas às restrições ao financiamento. À medida que a empresa amadurece, as restrições ao financiamento são atenuadas. Pode-se inferir, então, que o acesso ao financiamento tem interferência na maximização do crescimento, já que é necessário para suprir as inquietações da demanda.

O governo pode ajudar as indústrias cobrando menos impostos, contribuindo, desse modo, para o crescimento e sobrevivência delas. A influência dos fatores relacionados aos incentivos públicos, os quais possam beneficiar o desempenho das indústrias moveleiras, está associada à questão tributária e à política de estímulos à exportação (FÁBRICA, 2014). García, Calvo-Flores e Madrid (2001) comprovaram, por meio de estudos, que as ajudas públicas

às indústrias têm um efeito positivo em suas finanças, diminuindo o risco suportado nas dívidas contraídas e incentivando a criação de novos empregos. Atualmente, de acordo com a Federação da Indústria do Estado de São Paulo (FIESP, 2014), os impostos são o principal obstáculo ao crescimento das indústrias. Denk (2002) destaca que 100% das médias e grandes empresas consideram a falta de incentivos na política externa como um entrave ao desenvolvimento da indústria moveleira.

De acordo com Torres Filho e Carvalho (2010), o sucesso de uma empresa ou de um país depende da existência de Políticas Públicas que incentivem e sustentem o sistema de crédito às exportações, juntamente com ações fiscais, cambiais e promocionais.

A participação governamental é importante, porque organiza todas as variáveis dentro do sistema, mesmo que elas possam fluir de maneira natural, isto é, cada um fazendo a sua parte, tendo em vista que a oferta e a demanda são os propulsores da economia (SOUZA, 2005).

Enfim, o governo pode ajudar muito as indústrias a crescerem: conceder a isenção de impostos; manter o dólar em um patamar aceitável, diminuir a carga tributária; auxiliar os exportadores moveleiros. Torres Filho e Carvalho (2010) afirmam que o apoio governamental compreende o fornecimento de elementos que permitem às indústrias ganharem forças competitivas. Incentivos fiscais concedidos, por meio de isenções ou reduções de tributos como IPI, ICMS, PIS, Cofins e drawback, são exemplos bem sucedidos da ação do governo como agente promotor do crescimento industrial.

3 METODOLOGIA

O método é definido como o caminho para se chegar a determinado fim; e método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento (GIL, 1999). Esta pesquisa é classificada como quantitativa e descritiva, pois identifica, relata, compara e utiliza-se de instrumentos estatísticos, para se chegar aos resultados esperados (RAUPP; BEUREN, 2006). “O método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando consequentemente, uma margem de segurança quanto às interferências.” (RICHARDSON, 2008, p. 70).

Também é denominada pesquisa *ex-post-facto* (a partir de depois do fato) quando o pesquisador não tem controle direto sobre as variáveis que são independentes, porque suas manifestações já ocorreram (GIL, 2002).

O estudo teve como objetivo principal identificar crescimento da indústria moveleira com foco no triângulo do crescimento: aquisição de máquinas e equipamentos, aumento do quantitativo de empregados e aumento na planta instalada em metros quadrados (m²). O pesquisador utilizou-se da amostragem intencional, que é definida por Aaker, Kumar e Day (2004), como aquela em que este usa de seu julgamento a fim de identificar as amostras representativas.

A amostra foi composta por onze sindicatos patronais, no ano de 2014, dos quais, dois eram do Estado do Paraná; um, de São Paulo; três, do Rio Grande do Sul e cinco do Estado de Santa Catarina, os quais, juntos, representaram 324 indústrias moveleiras.

Considerando que a amostra dos dados, de acordo com tabela 1, é composta pelos Estados de Santa Catarina, que é o maior produtor de móveis do país, seguido do Rio Grande do Sul, Paraná, e São Paulo,

que juntos produzem 80% da totalidade da produção nacional moveleira (ABIMOVEL, 2013), torna a amostra relevante e muito significativa.

Tabela 1 – Sindicatos patronais e número de indústrias associadas.

Região	Estado	Indústrias associadas
Curitiba	PR	36
Umuarama	PR	45
Marisol	SP	55
Erechim	RS	24
Lagoa Vermelha	RS	7
Santa Rosa	RS	22
Brusque	SC	60
Concórdia	SC	12
Jaraguá do Sul	SC	24
Mafra	SC	25
São Bento do Sul	SC	60
Total		324

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

Na técnica de coleta dos dados utilizou-se questionário com perguntas fechadas e de escala Likert. Essa escala, de acordo com Samara e Barros (2002, p. 74), indica o grau de concordância ou discordância do respondente conforme as variáveis e atitudes em relação ao objeto.

O questionário foi encaminhado por *e-mail* aos representantes dos sindicatos patronais, e as questões foram respondidas, observando-se o contexto social e econômico do conjunto de indústrias associadas.

O software estatístico Sphinx, uma ferramenta para análise de dados quantitativos, forneceu elementos que auxiliaram na análise e discussão dos resultados. Na análise dos dados em escala Likert, foram aplicados os cálculos de desvio-padrão, coeficiente de correlação múltipla e coeficiente de Fisher, os quais são os mais indicados para este estudo, como relata Oppenheim (1992, p. 157), “[...] estas análises permitem ‘extrair sentido dos

dados.’” Os resultados e discussão são apresentados no item seguinte.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base na idade das indústrias do segmento moveleiro pesquisadas, observou-se que elas passaram por vários estágios do ciclo de vida, portanto, não mais estão sendo testadas pelo mercado, pois já provaram que estão sólidas e buscam defender seu espaço de atuação, seja ele regional, nacional e até internacional, conforme dados mostrados na tabela 2.

Embora no questionário houvesse a opção de resposta para identificar empresas iniciantes, com até cinco anos e de cinco a 10 anos de atuação no mercado, nenhum sindicato representante da categoria informou a existência de indústrias nessas faixas etárias. A maior concentração de indústrias (51,5%) ocorreu na faixa de 11 a

15 anos; e a menor no grupo de indústrias com mais de 21 anos (18,5%).

Tabela 2 – Idade das indústrias moveleiras participantes do estudo, 2014.

Idade	Indústrias	Porcentagem (%)
11 a 15 anos	167	51,5
16 a 20 anos	97	19,9
+ de 21 anos	60	18,5
total	324	100

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

O aumento de máquinas e equipamentos ocorreu nas indústrias com idade de 11 a 15 anos (46%), seguido das indústrias na faixa etária de 16 a 20 anos (22,2%) e houve razoáveis aquisições por parte das indústrias com mais de 21 anos (18,5%). Observou-se que o aumento não resultou de financiamentos, uma vez que essa variável explica apenas 5,4% das aquisições. (coeficiente de correlação: 0,23;

desvio padrão do coeficiente de correlação: 0,043).

A pesquisa, de acordo com a tabela 3, mostra que a maior parcela das indústrias moveleiras (56,8%) utilizou financiamento nos últimos anos. As indústrias de 11 a 15 anos são as que mais buscaram essa forma de alavancagem (31,8%), e as com mais de 21 anos no mercado (18,5%).

Tabela 3 – Utilização de financiamentos pelas indústrias moveleiras.

Idade das indústrias	Financiamentos			
	Muito	Razoável	Pouco	Não utilizou
11 a 15 anos	6,8%	25%	19,8%	0%
16 a 20 anos	0%	6,5%	19,1%	4,3%
+ de 21 anos	0%	18,5%	0%	0%
Total	6,8%	50%	38,9%	4,3%

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

Também se observando a tabela 4, verificou-se crescimento do quantitativo de empregados nas indústrias de 11 a 15 anos (46%), e crescimento razoável nas de 16 a 20 anos (29,9%). A pesquisa aponta na mesma direção em relação ao crescimento da planta

em m² nas indústrias de 11 a 15 anos (61,7%), e de 16 a 20 anos (38,3%). Percebe-se que, nas indústrias com mais de 21 anos, o crescimento estagnou, não há aumento em m² de área construída, nem aumento de máquinas e de funcionários.

Tabela 4 – Comportamento das variáveis de crescimento: funcionários e crescimento físico m².

Variável	Idade das indústrias	Muito crescimento	Razoável crescimento	Pouco Crescimento	Não houve crescimento
empregados	11 a 15 anos	46%	0%	0%	5,6%
	16 a 20 anos	2,8%	14,2%	13%	0%
	+ de 21 anos	0%	0%	0%	18,5%
crescimento físico m²	11 a 15 anos	14,2%	31,8%	5,6%	0%
	16 a 20 anos	1,5%	14,2%	14,2%	0%
	+ de 21 anos	0%	0%	18,5%	0%

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

A motivação é, senão o maior propulsor, um dos mais importantes mecanismos para atingir resultados. Assim sendo, em 34% das indústrias há motivação, 60,5% se dizem motivadas parcialmente, e com menor grau de motivação, dentre todas, estão as indústrias mais antigas no mercado, as com mais de 21 anos.

Nesse sentido, Trintinaglia e Froemming (2010) frisam que a motivação dos dirigentes é de importância ímpar ao crescimento das indústrias, pois é ela que aguça, faz as pessoas sentirem-se bem consigo mesmas e acima de tudo, desperta o interesse pelo novo, pela inovação e pela perfeição. Contudo, a pesquisa evidencia que o grau de motivação das indústrias não é explicado pelas variáveis “bem-estar dos empregados”, embora (94,4%) das indústrias possua preocupação com o bem-estar dos seus empregados; também não relação com a “capacitação por meio de cursos”, pois (94,4%) dos gestores e (73,5%) dos empregados os frequentam. A variável motivação explica apenas (48,2%) do crescimento industrial (coeficiente de

correção múltipla R=0,69 e coeficiente Fischer F=58,07).

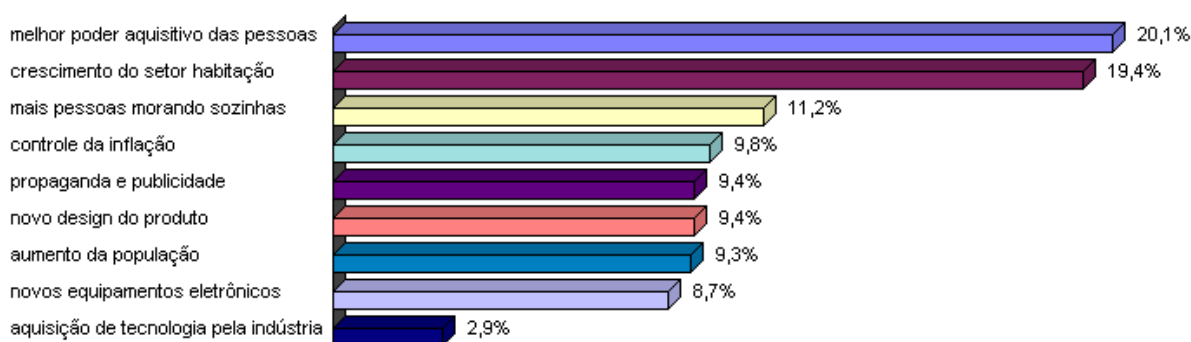
Quanto ao processo de produção, as indústrias declararam que produzem sua matéria-prima até o produto final (39,5%), e da compra da matéria-prima até a confecção do produto final (35,2%) das indústrias. A terceirização quase não aparece e é utilizada apenas nas indústrias de 11 a 15 anos. O processo de produção depende da demanda e essa é incondicional para qualquer empresa, sem ela não há crescimento e geração de economia.

O gráfico 1 analisa a variável demanda, que está alicerçada em dois fatores: melhor poder aquisitivo da população (20,1%) e crescimento do setor habitacional (19,4%). Convém salientar que a indústria moveleira vem crescendo há tempos puxando a expansão da produção de forma gradativa, por meio da estabilidade econômica do país, de políticas governamentais que auxiliam pessoas de baixa renda e promove a ascensão de classe social, do crescimento da construção civil e de novos produtos tecnológicos, a partir da

dinâmica que acontece no mercado da tecnologia que requer mobiliários diferenciados. Além disso, há uma enorme aliada da indústria moveleira por criar e fomentar a demanda, que é a nova mudança

social, em que as pessoas estão optando por viver sozinhas, dentre elas, jovens e pessoas separadas (TRINTINAGLIA; FROEMMING, 2010).

Gráfico 1 – Demanda – visão das indústrias moveleiras.



Fonte: elaborado pelo autor (2016).

Em relação aos incentivos fiscais e não fiscais de órgãos municipais, estaduais e federais, apenas (17,3%) dizem não ter recebido incentivo. Indústrias que receberam pouco incentivos somam (49,7%) e razoável incentivo (32,4%). As que mais receberam incentivos foram as indústrias com idade de 11 a 15 anos. De acordo com a análise, afirma-se que os incentivos fiscais e não fiscais recebidos não possuem nenhuma relação com o triângulo do crescimento em estudo.

O *design* é apontado pelas indústrias como muito importante (71,3%) para o sucesso nas vendas dos produtos e obtenção de crescimento industrial, quando associado à demanda de novos produtos tecnológicos, principalmente relacionados aos eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Para algumas indústrias (28,7%) é citado como influenciador “às vezes”. Há preponderância nas indústrias de 11 a 15 anos em dizer que o *design* dos produtos das indústrias é sempre influenciado por novos produtos eletrônicos.

A segmentação de mercado também pode proporcionar crescimento industrial,

desta forma, buscou-se, nesta pesquisa, informações sobre esta temática. Percebeu-se que (63,9%) das indústrias concordaram que fabricar produtos para a classe C proporciona maior crescimento industrial.

A produção em série é praticada por (75,3%), com maior destaque para as indústrias de 11 a 15 anos (46%) e de mais de 21 anos (18,5), e em terceiro estão as de 16 a 20 anos (10,8%). Esta forma de produzir maximiza os recursos empresariais, buscando o ganho em escala. Grande maioria dos produtos é produzida para a classe C.

Da produção em série com forte tendência para atender clientes da classe C, tem-se a venda para países principalmente do Mercosul e Estados Unidos da América (EUA). A pesquisa mostra que (51,5%) das indústrias estabelecidas no mercado de 11 a 15 anos exportam muito, (35,2%) exportam pouco e apenas (13,3%) não exportam.

De acordo com a tabela 3, apesar de 56,8% das indústrias adquirirem empréstimo, este não se manifestou na aquisição de máquinas e equipamentos, nem no aumento no quantitativo de empregados e tampouco

no crescimento da planta em m² das indústrias da indústria moveleira.

Dentre todas as variáveis explicativas da tabela 5, apenas as variáveis “*design*” e “produtos para a classe C”, ainda que ineficientes, juntas explicam 42,7% do crescimento na aquisição de máquinas e equipamentos, valor este representado pelo coeficiente de correlação múltipla (R=0,65) e coeficiente Fisher F = 150,25).

O triângulo do crescimento, entendido aqui como o aumento do quantitativo de empregados, crescimento na aquisição de máquinas e equipamentos e na planta instalada em m², somente ganhou

consistência na variável “*design*” que de forma individualizada explica 77% do crescimento do número de empregados, 73% do crescimento da planta em m² e no conjunto explica 79% desse crescimento. No que se refere ao crescimento de máquinas e equipamentos, não houve variável única que explicasse essa correlação, de forma que a correlação é possível com as variáveis empregadas, financiamento, *design* e produtos para classe C que explicam 76,1% (R= 0,87 e F=11,18).

Tabela 5 – Algumas variáveis que explicam o crescimento industrial das indústrias moveleiras.

Variável		Desvio Padrão	Coeficiente correlação (R)	Coeficiente Fischer (F)	Explica (%)
Financiamento	Af	0,07	0,01	0,02	0,0
	Am	0,04	0,23	18,43	5,4
	Ap	0,06	0,00	0,00	0,0
Produção em escala	Af	0,09	0,19	12,07	3,6
	Am	0,06	0,41	65,05	16,8
	Ap	0,07	0,26	23,87	6,9
Produtos classe C	Af	0,07	0,22	16,98	5,0
	Am	0,04	0,48	96,84	23,1
	Ap	0,05	0,23	17,44	5,1
<i>Design</i>	Af	0,05	0,85	868,51	73,0
	Am	0,06	0,40	60,77	15,9
	Ap	0,04	0,88	1078,42	77,0
Incentivos	Af	0,11	0,04	0,61	0,2
	Am	0,06	0,45	81,33	20,2
	Ap	0,09	0,03	0,32	0,1
Exportação	Af	0,08	0,21	14,5	4,3
	Am	0,05	0,13	5,89	1,8
	Ap	0,07	0,12	4,53	1,4

Af = aumento de empregados

Am = aumento de máquinas e equipamentos

Ap = aumento da planta em m²

Fonte: elaborado pelo autor (2016).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aumento de máquinas e equipamentos ocorreu em 86,7% das indústrias, com maior ênfase naquelas com tempo de atuação no mercado de 11 a 15 anos (46%). Observou-se que esse aumento não resultou de financiamentos, embora

56,8% de todas as indústrias tenha informado que se utilizaram desse meio. A variável “financiamento” explica apenas 5,4% da aquisição de máquinas e equipamentos. Ressalta-se que as indústrias com 11 a 15 anos foram as que mais buscaram financiamento (31,8%).

Houve crescimento do quantitativo de empregados nas indústrias (75,9%) e o mesmo ocorreu em relação ao crescimento da planta em m², com maior ênfase nas empresas de 11 a 15 anos (46%) para empregados e (61,7%) para a planta instalada em m². Entretanto, pode-se dizer que as indústrias moveleiras com mais de 21 anos estagnaram, já que não houve aumento da planta em m² e nem em quantitativo de máquinas e equipamentos, assim como foi pouco significativo o crescimento do número de empregados, bem como apresentaram o menor grau de motivação percebido.

Quanto ao processo de produção, as indústrias declararam que produzem matéria-prima até o produto final (39,5%) e da compra da matéria-prima até a confecção do produto final (35,2%). A terceirização quase não aparece e é utilizada apenas nas indústrias na faixa de atuação no mercado de 11 a 15 anos. A produção em série é praticada por (75,3%), com maior destaque para as indústrias com 11 e até 15 anos (46%), com produtos para a classe C, demanda esta atrelada aos fatores: melhor poder aquisitivo da população e crescimento do setor habitacional.

Em relação aos incentivos fiscais e não fiscais de órgãos públicos, apenas (17,3%) das indústrias participantes deste estudo dizem não ter recebido incentivo. As que mais receberam foram as categorizadas na faixa de 11 a 15 anos. De acordo com a análise, afirma-se que os incentivos fiscais e não fiscais recebidos não possuem nenhuma relação com o triângulo do crescimento em estudo.

O *design* foi apontado pelas indústrias como muito importante (71,3%) ao sucesso nas vendas dos produtos e à obtenção de crescimento industrial. Houve preponderância nas indústrias na faixa de 11 a 15 anos em dizer que o *design* dos

produtos das indústrias é sempre influenciado por novos produtos eletrônicos.

Por fim, as variáveis “design e produtos para a classe C” não conseguiram explicar o crescimento de máquinas e equipamentos, mas o triângulo do crescimento (empregados, máquinas e equipamentos e planta em m²) somente encontrou respaldo neste estudo para a variável “*design*” que explica 79% do crescimento do número de empregados e da planta em m². O crescimento de máquinas e equipamentos não pode ser explicado por nenhuma variável isolada, mas somente com a união de várias das avaliadas no estudo. É possível concluir que as empresas que mais cresceram foram as pertencentes ao grupo da faixa de 11 a 15 anos no mercado e a variável que mais contribuiu para o crescimento das indústrias foi o “*design*”.

Nesse sentido, o estudo visa contribuir de forma positiva para a descoberta de conhecimentos na área do crescimento da indústria moveleira. É importante salientar que a análise foi desenvolvida somente com base na visão dos sindicatos patronais, portanto, não foram consideradas as indústrias na sua individualidade.

Considerando os resultados desta pesquisa, verifica-se a necessidade de replicar a pesquisa com as variáveis de crescimento estudadas em outras indústrias moveleiras, para possibilitar uma melhor comparação dos resultados encontrados. Os novos achados podem confirmar ou não algumas das afirmativas deste estudo.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A.; KUMAR, V. DAY, George S. *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Atlas, 2004.

ABIMÓVEL. Disponível em:

<<http://www.brazilianfurniture.org.br/sobretor>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

ALVAREZ, Jesus Lizcano. *La dimension integral de la empresa. Un modelo para su evololucion y repretacion contable*. 1982. 997 f. Tese. Facultad de ciencias economicas e empresariales, Madrid, 1982.

CABRAL, L.; MATA, J. *On the evolution of the firm Size Distribution: facts and theory*. American Economic Review, vol. 4. 1993, p. 1075–1090.

CLEMENTE, Ademir (Org.). *Projetos empresariais e públicos*. São Paulo: Atlas, 2002.

CORREA Rodríguez, A. *Factores determinantes del crecimiento empresarial*. Tesis Doctoral, Universidad de la Laguna, España, 1999.

DENALDI, Rosana *et al.* *Nota técnica: infraestrutura e desenvolvimento urbano*. Brasília, 2010, mimeo.

DENK, Adelino. *Pólos moveleiros: São Bento do Sul (SC)*. Curitiba: Alternativa Editorial, 2002.

ELSTON, Julie Ann. *An examination of the relationship between firm size, growth, and liquidity in the neuer markt*. 2002. Discussion paper 15/02, Economic Research Centre of the Deustche Bank. Disponível em: <<http://www.econstor.eu>>. Acesso em: 26 nov. 2016.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO S/A – EBC. *A indústria de móveis quer ampliar participação no mercado americano*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-09/moveis-brasileiros-querem-maior-presen%C3%A7a-nos-estados-unidos>>. Acesso em: 26 nov. 2016.

FÁBRICA de MDF irá gerar 400 empregos em Água Clara. *Correio do Estado*, 2014. Disponível em:

<<http://www.correiodoestado.com.br/noticias/fabrica-de-mdf-ira-gerar-400-empregos-em-agua-clara/212880/>>. Acesso em: 26 nov. 2016.

FEDERAÇÃO DA INDÚSTRIA DO ESTADO DE SÃO PAULO – FIESP. Disponível em: <www.fiesp.com.br>. Acesso em: 15 nov. 2016.

FERNÁNDEZ, Z. *La organización interna como ventaja competitiva para la empresa*. Papeles de Economía Española, 56, 178-193. España: Fundación de las Cajas de Ahorros, 1993.

GARCÍA Pérez de Lema, D., Calvo-Flores Segura, A. & Madrid Guijarro, A. *Efectos de las ayudas financieras concedidas a las Pymes: análisis empírico de las subvenciones a la inversión*. XI Congreso AECA, 26-28 de septiembre, Madrid, España, 2001.

GARCIA, García. J. *La Ley del Efecto Proporcional: una aplicación al estudio del crecimiento empresarial asturiano (1993-1999)*. *X Congresso Contabilidade*, 24 a 26 de noviembre, Estoril, Portugal, 2004.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.

GUIMARÃES, Eduardo Augusto. *Acumulação e crescimento da firma: um estudo de organização industrial*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

GUIMARÃES, Eduardo Augusto. *Curvas de custo: economia de escala*. Rio de Janeiro: UFRJ/FEA, 1983.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).

Disponível em:

<<http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/familias-e-domicilios>>.

Acesso em: 15 de nov. 2016.

KINDLEBERGER, Charles Poor. *Desenvolvimento econômico*. São Paulo: Ed. McGraw-Hill, 1976.

LÓPEZ, Gracia, J., RIAÑO, V., ROMERO Martínez, D. *Restricciones financieras y crecimiento: el caso de la Pyme valenciana*. Revista Española de Financiación y Contabilidad, Vol. XXVIII, 99, 349-382. España: Asociación española de contabilidad y administración de empresas, 1999.

MARION, Jose Carlos. *Contabilidade básica*. São Paulo: Atlas, 2004.

OPPENHEIM, A. N. *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. Londres: Pinter, 1992.

PENROSE, Edith Tiltton. *Teoria del Crecimiento de la Empresa*. Madrid, Aguillar, 1962.

PINHEIRO, Wladimir. Mais leve e mais resistente, plástico tem substituído diversos materiais. *Correio 24 horas*, 2012.

Disponível em:

<<http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/mais-leve-e-mais-resistente-plastico-tem-substituido-diversos-materiais>>. Acesso em: 26 nov. 2016.

PORTER, Michael. *Estratégia competitiva: técnica para análise de indústrias e da Concorrência*. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.). *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006

REZENDE, W. Terceirização: A integração acabou? *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 37, n. 4, p. 6-15, out./dez. 1997.

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ROBBINS, S. P. *Administração: mudanças e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2002.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. *Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

SOUZA, Luiz Gonzaga de. *Economia industrial*. [S.l]: Eumed livros, 2005.

TORRES FILHO, Ernani T.; CARVALHO, Mônica E de. *Gestão de Negócios Internacionais*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010

TRINTINAGLIA, Artemio; FROEMMING, Lurdes Marlene Seide. *Revista de Administração*. O que impulsiona o crescimento industrial? O caso das indústrias moveleiras do Oeste de SC, Frederico Wesphalen, v. 10 n. 16 jun. 2010. Disponível em: <revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/download/184/357>. Acesso em: 25 nov. 2016.

VIEIRA, E. T. *Industrialização e políticas de desenvolvimento regional: o Vale do Paraíba Paulista na segunda metade do século XX*. São Paulo, 2009. Tese (Programa de Pós-Graduação em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

SOBRE O AUTOR

Artemio Trintinaglia

Mestre em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Doutor em Administração pela Universidade Nacional de Misiones (UNAM/AR), professor de Graduação e Pós-Graduação Lato-Sensu da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC). Endereço: Rua Julieta Zandavali, 18 - Colônia Bacia. Chapecó/SC cep 89.800-000. Contato: artemio.trintinaglia@unoesc.edu.br.