

## ESTRATÉGIAS E ESTRUTURAS INDUSTRIAIS E O IMPACTO DA ADESÃO À COMUNIDADE EUROPEIA. O CASO DAS INDÚSTRIAS TÊXTIL, DO VESTUÁRIO E DO CALÇADO (\*) (1)

António Brandão (\*\*)

Alberto de Castro (\*\*\*)

Helder Vasconcelos (\*\*\*\*)

### 1 — Introdução

1.1 — A pequena dimensão e o elevado grau de abertura ao exterior, são duas características que fazem que a economia portuguesa demonstre uma elevada sensibilidade às variações nos mecanismos da concorrência internacional, tanto mais importante quanto é sabido que vivemos um período caracterizado pela globalização dos fenómenos da concorrência. No novo contexto, de internacionalização crescente das economias com mais frequentes movimentos de deslocalização das empresas, os mercados têm vindo a sofrer importantes alterações quer no que diz respeito à sua estrutura quer no que se relaciona com o comportamento das empresas.

Torna-se cada vez mais evidente que, em muitos casos, a sobrevivência das empresas passa pela capacidade de internacionalização e que internacionalizar é cada vez mais um fenómeno multidimensional. Na realidade, para produzir e vender em novos mercados as empresas necessitam não apenas de praticar preços competitivos, mas também de produzir produtos novos e de qualidade e melhorar permanentemente ao nível do *design*, da embalagem e das tecnologias de produção.

Até que ponto as empresas portuguesas foram capazes de efectuar as mudanças necessárias para o aproveitamento das novas oportunidades que se abriram após a adesão à CE constitui uma importante questão à qual procuramos, neste artigo, dar uma resposta, centrando-nos em dois aspectos que nos parecem fundamentais.

Em primeiro lugar, estudamos, de uma forma descritiva, o impacto da adesão sobre a *performance* das empresas. Na medida em que as empresas com algum poder de mercado nos mercados nacional e internacional poderão ter mais capacidade para realizar as transformações necessárias a um melhor

---

(\*) Este artigo foi realizado com o apoio da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Agradecemos a dois consultores anónimos diversas sugestões que permitiram melhorar o artigo. Eventuais erros ou omissões são, entretanto, da nossa inteira responsabilidade.

(\*\*) Faculdade de Economia do Porto.

(\*\*\*) Universidade Católica Portuguesa.

(\*\*\*\*) Universidade Católica Portuguesa.

(1) Agradece-se a disponibilidade e colaboração do Dr. António Almeida nas facilidades concedidas no acesso aos dados. Quaisquer erros que existam na manipulação dos mesmos são, obviamente, da nossa inteira responsabilidade.

aproveitamento da integração na CE averiguamos, em particular, se o efeito da integração económica divergia de acordo com a dimensão.

Além disso, tentamos analisar se a experiência exportadora das empresas lhes permitiu uma melhor adaptação à CE. Na realidade, parece-nos razoável admitir que empresas com maior vocação exportadora e mais habituadas a competir em mercados estrangeiros tivessem uma maior capacidade para tirar partido da abertura dos mercados que a integração proporcionou. Por outro lado, como as maiores empresas exportadoras têm uma maior margem de manobra para negociar com os intermediários internacionais e para organizar a distribuição dos seus produtos, admitimos que estas empresas pudessem ser mais bem sucedidas no período pós-adesão. Nestas circunstâncias, procuramos indagar se a evolução das maiores empresas exportadoras portuguesas da amostra confirmava esta hipótese teórica.

A capacidade de penetração nos mercados externos constitui, sem dúvida, um importante elemento para caracterizar a evolução da competitividade empresarial e justifica que lhe concedamos uma importância particular neste trabalho. De facto, dedicamos uma parte substancial deste artigo ao estudo dos determinantes da orientação exportadora das empresas e ao efeito da integração económica na CE sobre a capacidade exportadora das empresas.

Em particular, tentamos indagar a importância da dimensão das empresas e do seu poder de mercado doméstico sobre a sua orientação exportadora. Com esse objectivo utilizamos modelos em painel e indicadores imperfeitos do poder de mercado das empresas como sejam a sua quota de mercado e a rentabilidade média das vendas. De acordo com o que já anteriormente foi referido, parecia-nos provável que as empresas maiores e com maior poder de mercado tivessem maior capacidade para penetrar nos mercados externos.

Por outro lado, a utilização de dados em painel para os anos de 1985, 1988, 1991, 1992 e 1993 permite verificar se os anos pós-adesão são responsáveis por uma intensificação da vocação exportadora das empresas como seria de esperar de acordo com a atracção proveniente da integração económica.

Além disso, é provável que a percentagem exportada das vendas das empresas varie de acordo com o sector a que pertencem mesmo quando as tecnologias das diversas indústrias utilizam mais intensivamente o mesmo factor produtivo. Na realidade, as novas teorias do comércio internacional comprovaram que os fluxos de comércio são determinados, não apenas pelas vantagens comparativas, mas também pelo nível competitivo dos mercados.

Embora algumas das variáveis utilizadas para explicar a orientação exportadora das empresas encontrem a sua justificação teórica nas novas teorias do comércio internacional, em particular na ideia de que a estrutura de mercado e a estratégia das empresas influenciam os fluxos comerciais, não deixamos de considerar o tipo de determinantes considerados pela teoria tradicional do comércio internacional. Mais especificamente, consideramos o efeito da intensidade capitalística das empresas e da produtividade do trabalho sobre a capacidade exportadora das mesmas.

A nossa análise é essencialmente microeconómica, tomando a empresa como unidade de referência em detrimento da habitual análise sectorial. O pano de fundo teórico do trabalho consiste na ideia de que o impacto da integração em termos de *performance* das empresas, em geral, e no que se refere à *performance* exportadora em particular depende não apenas das vantagens de dotação factorial ou das estruturas de mercado, mas também de algumas das características das empresas.

Neste contexto procedemos a este estudo, utilizando dados referentes a empresas de sectores que são responsáveis por cerca de 30% das exportações portuguesas e que já estavam habituadas (pelo menos um número significativo delas) a operar nos mercados internacionais.

Note-se que se trata de sectores caracterizados por níveis muito baixos de concentração e por uma elevada abertura ao exterior. Aparentemente, as questões relacionadas com o poder de mercado não se colocam de uma forma significativa. Vamos verificar que as coisas não são assim tão simples e que alguns elementos normalmente associados com o poder de mercado das empresas, assim como as suas estratégias, são importantes para determinar a evolução da sua *performance* com o impacto da adesão.

A importância de abordagens do tipo da que aqui vamos realizar é particularmente notória num momento em que pesa sobre alguns destes sectores a ameaça de intensificação da concorrência por parte de produtores com vantagens custos muito substanciais.

1.2 — Este trabalho está organizado da seguinte forma:

Na secção 2, fazendo uso de dados relativos a 231 empresas constantes da Central de Balanços do Banco Português do Atlântico e respeitantes a volume de vendas, VBP, VAB, imobilizado, valor das exportações, encargos com o pessoal e pessoal ao serviço, nos anos de 1985, 1988 e 1992, construíram-se vários indicadores para estudar o impacto da adesão à CE sobre a *performance* das empresas. Procuramos, também, indagar acerca da influência de factores como a dimensão e a orientação de mercado da empresa sobre o referido impacto da adesão. Assim, estudamos, num primeiro momento, um período que tem início imediatamente antes da adesão de Portugal à Comunidade Europeia e que termina em 1992. Paralelamente, no caso de se verificar que a influência da adesão existe e é significativa, será ainda nosso propósito verificar se dela se podem extrair especificidades sectoriais.

Na secção 3 procede-se à construção de diferentes modelos econométricos<sup>(2)</sup> e centrando o estudo apenas no subconjunto das empresas exportadoras da nossa amostra, procuraremos, por um lado, identificar os principais

---

(2) Como veremos, alguns desses modelos recorrem a informação relativa a um período de análise mais alargado, incluindo, por isso, um número mais elevado de empresas.

determinantes da propensão exportadora dessas empresas e, por outro, testar se o padrão desses determinantes se diferencia com a consideração da dimensão e do sector de actividade a que as empresas pertencem.

## 2— A performance dos sectores têxtil, vestuário e calçado no período 1985-1992

### 2.1 — Considerações acerca da caracterização dos sectores e da conjuntura económica

Como foi já referido, pretende-se analisar em que medida a adesão à Comunidade Europeia determinou a evolução da *performance* dos sectores têxtil, vestuário e calçado.

Para esse efeito, começaremos por proceder a uma breve caracterização geral desses sectores, utilizando dados referentes a 1992, e da conjuntura económica nacional e internacional no período de 1985 a 1992.

#### Breve análise sectorial

Em 1992, e de acordo com as *Estatísticas das Empresas e Indústria* do INE, nas indústrias têxtil, do vestuário e do couro exerceram actividade 15 310 empresas, empregando 362 695 pessoas, com um volume de vendas na ordem dos 1660 biliões de escudos.

O peso destes sectores na produção industrial total é muito substancial. Além disso, estas indústrias caracterizam-se por baixos graus de concentração<sup>(3)</sup>, por uma localização predominante na região Norte de Portugal e ainda por uma vocação tradicionalmente exportadora (sendo mesmo responsáveis por cerca de 30% das exportações portuguesas).

Alguns destes aspectos podem, aliás, ser confirmados através dos dados estatísticos relativos a 1992 que a seguir se apresentam.

Dados relativos a todas as empresas:

Sector	Variáveis	Unidade	Portugal	Norte
Têxtil .....	Empresas .....	Número .....	4 056	2 709
	Pessoal ao serviço .....	Número .....	140 350	108 490
	Volume de vendas .....	10 <sup>6</sup> escudos .....	757 853	628 481
Vestuário .....	Empresas .....	Número .....	8 406	5 262
	Pessoal ao serviço .....	Número .....	151 379	109 782
	Volume de vendas .....	10 <sup>6</sup> escudos .....	549 472	405 506
Calçado .....	Empresas .....	Número .....	2 102	1 851
	Pessoal ao serviço .....	Número .....	62 106	57 067
	Volume de vendas .....	10 <sup>6</sup> escudos .....	279 984	257 082

<sup>(3)</sup> Em 1985, o grau de concentração no sector têxtil medido pelo peso das quatro maiores empresas do sector nas vendas totais era de 11%, no vestuário 19% e no calçado 13%. Se corrigíssemos estes valores retirando as exportações e adicionando as importações às vendas totais dos sectores o grau de concentração nas indústrias do vestuário e do calçado passava a ser inferior a 1%. V., a propósito, A. Brandão (1993).

## Dados relativos às empresas com 100 e mais pessoas ao serviço:

Sector	Variáveis	Unidade	Portugal	Norte
Têxtil .....	Empresas.....	Número .....	316	243
	Pessoal ao serviço .....	Número .....	91 316	71 971
	Volume de vendas.....	10 <sup>6</sup> escudos .....	479 597	401 872
Vestuário .....	Empresas.....	Número .....	282	191
	Pessoal ao serviço .....	Número .....	59 490	37 962
	Volume de vendas.....	10 <sup>6</sup> escudos .....	237 547	150 129
Calçado .....	Empresas.....	Número .....	113	104
	Pessoal ao serviço .....	Número .....	29 290	26 804
	Volume de vendas.....	10 <sup>6</sup> escudos .....	145 769	135 287

Fonte: INE.

Como se pode verificar, embora o peso das PME seja elevado nos sectores do vestuário e do calçado, no sector têxtil as empresas de maior dimensão contribuem com uma parte muito substancial do emprego do sector.

#### Análise da conjuntura económica <sup>(4)</sup>

No que respeita ao período coberto pela análise, este abarca fases que, do ponto de vista da conjuntura internacional e interna, são perfeitamente distintas. Efectivamente, se na segunda metade da década de 80 a conjuntura internacional é bastante favorável, já o subperíodo 1990-1992 representa, nitidamente, uma fase de desaceleração e mesmo de crise.

Repare-se que o ano de 1990 abre-se na sequência da queda do muro de Berlim em Outubro de 1989, com alterações profundas no espaço económico europeu. Por outro lado, o ano marca o fim da expansão nos EUA e no Reino Unido, iniciada em 1983-1984, espalhando o espectro de uma recessão económica. O ano termina com o despontar da crise no Golfo e a explosão do preço do petróleo, alimentando mais as incertezas que se iam criando.

Em Janeiro de 1991, a Guerra do Golfo confirmou as piores perspectivas quanto ao andamento da economia mundial. Encontramos alguns sinais de retração económica nos EUA e no Reino Unido e uma forte desaceleração, sobretudo no 2.º semestre, das principais economias europeias e do Japão. O ano traz também consigo a revelação do estado das economias do Leste, pondo de parte a hipótese de uma rápida integração destes países na economia de mercado da Europa Ocidental. Este contexto de forte abrandamento da economia mundial (com excepção para algumas economias asiáticas, onde o crescimento permanece forte), provocou uma quebra também das trocas internacionais.

O ano de 1992 caracterizou-se pelo acentuar da situação de recessão económica a nível internacional, nomeadamente nos nossos principais parcei-

<sup>(4)</sup> As breves considerações acerca da análise da conjuntura económica aqui apresentadas foram elaboradas a partir dos relatórios do Banco de Portugal para os períodos em análise.

ros comerciais. Este facto explica, em grande medida, a desaceleração da procura externa líquida dos nossos produtos.

Internamente, a economia portuguesa segue, com algum desfasamento, as tendências da conjuntura externa. De facto, 1985 marca a saída de um período de recessão, 1988 um ano representativo de um período de expansão e o período 1990-1992 reflecte, em termos de conjuntura interna e dado o carácter extrovertido da economia portuguesa, um abrandamento muito significativo da actividade económica e caracteriza-se por uma política económica conduzida de forma clara com o objectivo do controlo da inflação. Nesse sentido, a política cambial regeu-se pela preocupação de não acomodar os diferenciais de inflação face aos principais parceiros económicos. Pretendia-se, assim, a plena estabilidade do escudo, fazendo-se passar a mensagem de que a competitividade empresarial não mais poderia ser sustentada, «artificialmente», pela continuada desvalorização do escudo. Em termos de política monetária, o combate dirigia-se obrigatoriamente para o controlo da liquidez da economia, traduzindo-se este esforço numa manutenção de elevadas taxas de juro.

## 2.2 — A integração na Comunidade Europeia e a *performance* das empresas

Procuraremos, nesta secção, com o objectivo de retirar algumas conclusões acerca do impacto da adesão à Comunidade Europeia, analisar a evolução de alguns indicadores da *performance* dos sectores em estudo. Antes disso, porém, convém fazer algumas considerações acerca dos dados e da forma como os quadros aqui apresentados foram construídos.

Como já foi referido, utilizamos dados referentes a 231 empresas dos sectores têxtil, vestuário e calçado. Todos os dados expressos em unidades monetárias foram deflacionados com base em índices construídos a partir das contas nacionais. Todavia, a amostra subjacente aos quadros 10 e 11 é um pouco mais restrita devido ao facto de haver um certo número de empresas para as quais só não estão disponíveis dados relativos às exportações.

A partir da análise dos quadros 1 a 11, presentes no anexo I, podemos tecer algumas considerações sobre a evolução da *performance* de um grupo de empresas que, pertencendo aos sectores em estudo, estão presentes nos três anos analisados <sup>(5)</sup>.

Como seria de esperar, dada a forte propensão exportadora das empresas pertencentes a estes sectores, a evolução das margens <sup>(6)</sup> espelha de uma forma muito fiel a evolução da conjuntura internacional nos dois principais subperíodos analisados.

<sup>(5)</sup> A amostra inclui apenas empresas que já existiam em 1985 e que continuam em actividade em 1992, pelo que se ignoram quer a dinâmica introduzida por empresas entretanto criadas quer as correcções que resultam do desaparecimento de outras empresas.

<sup>(6)</sup> Por margem, margem preço-custo ou MPC, entendemos uma medida de rentabilidade definida para a empresa *i* por  $MPC_i = 100 \cdot (VAB_i - \text{Enc. pessoal}) / \text{vendas}_i$ .

Em termos globais, até 1988 verifica-se uma forte subida das margens (70,33%), que, no entanto, é protagonizada pelas empresas do sector têxtil. O subperíodo 1988-1992 é caracterizado por uma intensa quebra da rentabilidade média das vendas de todos os sectores. Tal facto deve-se, provavelmente, à forma como as empresas reagiram à política cambial não acomodatória (de escudo forte), a que já fizemos referência. Na realidade, estas optaram pela utilização dos preços como variável estratégica em detrimento da diferenciação do produto nas suas diversas dimensões.

O sector têxtil, no período de 1985-1988, é o único cujas empresas conseguem uma evolução positiva e muito significativa das margens preço-custo. Por outro lado, no decorrer do período de 1988-92, as empresas deste sector são as mais penalizadas, como se pode constatar pelos valores apresentados no quadro 1. Estes factos estão associados à presença de uma grande parte das empresas de maior dimensão <sup>(7)</sup> da nossa amostra no sector têxtil e ainda à maior intensidade capitalística das empresas deste sector. Nestas circunstâncias, as empresas desta indústria têm maiores limitações para prosseguir estratégias preço baseadas em baixos custos com o factor produtivo trabalho.

Entretanto, é importante ainda constatar que o crescimento das vendas reais para todos os sectores e em todo o período de análise foi acompanhado por uma evolução negativa do VAB (em percentagem da produção). Parece poder concluir-se que a adesão de Portugal à Comunidade Europeia induziu as nossas empresas a um posicionamento em segmentos de mercado de produtos com menor valor acrescentado que conduziram à obtenção de menores margens (como se viu anteriormente).

Detalhando agora um pouco mais a análise por dimensão <sup>(8)</sup>, pode verificar-se que, enquanto o movimento das margens das pequenas empresas acompanha muito de perto as tendências gerais esboçadas anteriormente com respeito ao quadro 1, confirmando, desde logo, que o peso das PME nos sectores em estudo é fundamental, já quanto às empresas de maior dimensão convém frisar que a *performance* em termos de margem preço-custo, evolui negativamente em todo o período quer globalmente quer para os sectores têxtil e do vestuário. No entanto, se se atentar nos reflexos destas estratégias em termos de volume real de vendas, é notório que enquanto que as empresas de maior dimensão apresentam, em termos globais, uma quase estagnação desta variável, as PME, não obstante o seu menor poder negocial e menor capacidade de aproveitamento de economias de escala, conseguem obter, global e sectorial-

---

<sup>(7)</sup> A partir daqui e com o objectivo de tornar homogénea a classificação das empresas em relação à dimensão classificaremos como empresas pequenas e médias aquelas que têm um volume de vendas inferior a 1 milhão de contos a preços de 1985 e como grandes aquelas cujas vendas são superiores a 1 milhão de contos a preços de 1985. Trata-se, aliás, de uma classificação que o IAPMEI também utiliza conforme informação que obtivemos junto do próprio IAPMEI.

<sup>(8)</sup> Atendendo à informação presente nos quadros 4 a 9.

mente, bons resultados, pelo que se conclui que foram capazes de reagir à conjuntura internacional menos boa e ao acréscimo de concorrência a que se viram expostas, com a flexibilidade necessária.

Convém ainda frisar que, em termos de VAB, independentemente da dimensão das empresas, é, de facto, notória uma viragem brusca, no período pós-adesão, para produtos de menor valor acrescentado. Como seria de esperar, pelas razões já adiantadas anteriormente, a evolução deste indicador é muito semelhante quando se entra em consideração com todas as empresas da amostra ou apenas com o subgrupo das empresas de dimensão mais reduzida. Todavia, no conjunto das empresas de maior dimensão, deve notar-se que o sector do calçado, é o único que, para o período de 1988-1992, se consegue, aparentemente, centrar em produtos de valor acrescentado mais elevado, obtendo, por essa razão, uma evolução muito positiva da rentabilidade média das vendas <sup>(9)</sup>.

No quadro 10, ilustra-se a evolução das margens das empresas tendo em conta a sua orientação mais ou menos exportadora. É, desde logo, visível um claro movimento de compressão de margens para todas as classes consideradas. De notar ainda que, no primeiro e último ano e para todos os sectores, há um diferencial positivo de margens das empresas mais exportadoras, quando confrontadas com as relativamente menos extrovertidas, embora em 1992 tal diferencial surja bastante mais esbatido. Este facto, pode significar que a posição relativa das empresas exportadoras se tem vindo a deteriorar.

No sentido de analisar se o impacto sobre a *performance* foi condicionado pela dimensão e pela maior ou menor orientação exportadora das empresas da nossa amostra, construiu-se o quadro 11. Nos dados aí apresentados, é logo notório, em qualquer das subclasses consideradas, um movimento de emagrecimento das margens à medida que se caminha para diante no período de análise. Além disso, parece claro que, tudo o resto constante, uma empresa com maior dimensão consegue uma maior rentabilidade média das suas vendas, pelo que a dimensão surge como importante determinante do poder de mercado das empresas destes sectores.

Repare-se ainda que as PME só se conseguem impor no mercado internacional praticando margens inferiores relativamente às que optam por uma estratégia menos extrovertida, o que vem comprovar que, como referido anteriormente, uma empresa de dimensão mais restrita recorre a estratégias de preços baixos, intimamente relacionadas com o seu fraco poder negocial, nomeadamente junto dos grandes intermediários internacionais. Este facto, confirma as conclusões obtidas aquando da comparação das margens das empresas exportadoras de maior e menor dimensão, visto que as primeiras apresentam margens substancialmente maiores para os três períodos da amostra.

---

<sup>(9)</sup> V. quadros 5 e 9.

Um outro aspecto de relevo deste quadro prende-se com o facto de que entre 1985 e 1992, a queda das margens das empresas exportadoras de maior dimensão (14,4 pontos percentuais) é muito mais acentuada do que aquela que ocorre ao nível das pequenas empresas mais vocacionadas para a exportação (9,56 pontos percentuais). Assim sendo, tudo leva a crer que as empresas de maior dimensão reflectem com maior intensidade momentos de crise da conjuntura internacional.

### 3 — Estudo dos determinantes da propensão exportadora das empresas

Como foi já adiantado na parte introdutória do presente trabalho, o objectivo desta secção consiste no estudo dos factores explicativos da maior ou menor intensidade exportadora das empresas.

A abordagem centrar-se-á apenas no subconjunto das empresas com actividade exportadora e, como sucedeu na análise desenvolvida na secção anterior, todos os dados expressos em unidades monetárias foram deflacionados a partir de índices construídos com base nas contas nacionais.

Uma vez que a informação disponível sobre as empresas em análise apresenta, em simultâneo, dimensões temporais e *cross-section*, o tratamento da mesma para efeitos de estimação, exigiu a construção de modelos em painel.

Em todos os modelos que se apresentam de seguida, foi, por nós, assumido que o efeito sobre a intensidade exportadora (variável explicada), das variáveis explicativas consideradas, é comum para as diferentes empresas. No entanto, como existem aspectos peculiares a cada empresa, pareceu-nos conveniente assumir que o intercepto das diferentes regressões varia consoante a empresa em questão, o que nos levou à inclusão de uma variável *dummy* relativa a cada empresa presente na estimação.

Consideramos que a intensidade exportadora das empresas pode ser explicada por variáveis representativas das vantagens comparativas tradicionais e por variáveis que evidenciam o poder de mercado e a dimensão das empresas como determinantes da sua *performance* exportadora. Tal facto, está de acordo com as novas teorias do comércio internacional que têm evidenciado a importância de variáveis da economia industrial, na determinação dos fluxos de comércio internacional, o que está associado ao reconhecimento crescente da importância da imperfeição dos mercados na análise do comércio mundial.

#### 3.1 — Painel balanceado

Por uma questão de coerência com a análise da secção precedente, o primeiro ensaio efectuado procurou abarcar um conjunto de empresas exportadoras presentes, simultaneamente, nos três anos em análise (1985, 1988 e 1992).

A variável dependente considerada para captar a maior ou menor vocação exportadora das empresas respeita à proporção das vendas de cada empresa com destino à exportação.

Quanto às variáveis explicativas, para além das variáveis binárias empresariais referidas anteriormente, introduzimos ainda uma variável cuja função é captar o efeito do investimento em capital fixo de cada empresa ( $ICAP_i$ )<sup>(10)</sup>, a margem preço-custo ( $MPC_i$ ) no sentido de aferir até que ponto as empresas optam pelo preço como variável estratégica de competição nos mercados internacionais, por oposição a estratégias de diferenciação do produto, a quota da empresa no mercado interno ( $QUOTA_i$ ) como forma de medir a dimensão já adquirida pela empresa no mercado doméstico e respectiva importância dessa dimensão na internacionalização. Finalmente, consideramos variáveis binárias relativas aos anos de referência das observações, no sentido de testar a possível existência de efeitos temporais na propensão exportadora das empresas.

Assim sendo, apresentamos de seguida o modelo construído, bem como os resultados de estimação que lhe estão associados.

*Modelo 1:*

$$IE_i = \beta_1 + \beta_2 ICAP_i + \beta_3 MPC_i + \beta_4 QUOTA_i + \beta_5 A88_i + \beta_6 A92_i + \dots + u_i \quad i = 1, \dots, 150$$

em que:

$IE_i$  = (exportações<sub>*i*</sub> / vendas<sub>*i*</sub>)\*100 = intensidade exportadora da empresa *i*;

$ICAP_i$  = (imobilizado<sub>*i*</sub> / número de trabalhadores<sub>*i*</sub>) = intensidade capitalística da empresa *i* (em contos);

$MPC_i$  = margem preço-custo da empresa *i* (em pontos percentuais);

$QUOTA_i$  = quota da empresa *i* na indústria a que pertence;

$A88_i$  = variável binária que assumirá o valor 1 caso a observação *i* respeite ao ano de 1988;

$A92_i$  = variável binária que assumirá o valor 1 caso a observação *i* respeite ao ano de 1992.

<sup>(10)</sup> De acordo com a ideia de que Portugal é um país relativamente pobre em capital é possível que mesmo intra-sectorialmente as empresas com maior investimento em capital tenham uma menor vocação exportadora.

## Resultados da estimação (11):

## MODELO 1

Variável	Coefficiente	Desvio padrão	Estatística-t	Probabilidade
<i>C</i> .....	79,4251	7,588 338	10,466 730	0,000 0
<i>ICAP</i> .....	0,001 097	0,001 022	1,073 555	0,285 7
<i>MPC</i> .....	0,901 392	0,380 946	2,366 191	0,020 0
<i>QUOTA</i> .....	8,295 621	10,411 480	0,796 776	0,427 6
<i>A88</i> .....	11,111 59	5,005 038	2,220 080	0,028 8
<i>A92</i> .....	22,045 39	6,022 229	3,660 669	0,000 4
<i>R</i> <sup>2</sup> .....				0,896 849
<i>F</i> -statistic .....				15,295 910
Prob( <i>F</i> -statistic) .....				0,000 000

Atendendo aos resultados obtidos, e considerando um nível de significância de 5%, deve frisar-se que as empresas com maior poder de mercado parecem estar em melhores condições para enfrentar o mercado internacional. Na realidade, a variável *MPC* é individualmente significativa e o coeficiente estimado que lhe vem associado apresenta um sinal positivo. Por outro lado, é notório que os anos da análise relativos ao período pós-adesão, proporcionam às empresas exportadoras um maior aproveitamento das oportunidades de negócio do mercado comunitário, como se pode verificar pelas estimativas dos coeficientes das variáveis binárias anuais.

### 3.2 — Painéis não balanceados

Sendo um dos objectivos do presente estudo avaliar a existência de possíveis diferenças nos determinantes da vocação exportadora das empresas, consoante a sua dimensão e o sector de actividade a que tais empresas dizem respeito, fomos levados a optar pela construção de painéis não balanceados e ainda à inclusão de dois anos adicionais para efeitos de análise — 1991 e 1993.

(11) Uma vez que neste modelo se detectou, via teste de White, a existência de heteroscedasticidade, os resultados de estimação apresentados, vêm já corrigidos, uma vez que se usou um procedimento de estimação devido ao mesmo autor para situações de violação desta hipótese clássica.

Só assim nos foi possível obter um número suficiente de observações que viabilizasse a estimação de regressões separadas para empresas de grande e pequena dimensão (modelos 2 e 3, respectivamente), e ainda, de uma regressão individual para cada sector de actividade (modelos 4, 5 e 6).

### 3.2.1 — O efeito da dimensão das empresas na propensão exportadora

Comparativamente com o modelo estudado na secção anterior, os modelos 2 e 3 <sup>(12)</sup> apresentam as seguintes diferenças principais:

Não exigem que todas as empresas para as quais foi recolhida informação estejam presentes em todos os anos do período de análise;

Não consideram como variáveis explicativas as variáveis binárias sectoriais, uma vez que, por um lado, constitui objectivo desta secção isolar apenas o efeito dimensão e, por outro, evitam-se possíveis problemas de multicolinearidade entre estas variáveis e as variáveis *dummy* empresariais;

Introduzem as variáveis explicativas «número de empregados ao serviço da empresa» ( $EMP_i$ ) <sup>(13)</sup>, «produtividade do trabalho» ( $PRODUTIV_i$ ) <sup>(14)</sup> e ainda as variáveis binárias anuais A91 e A93, pelas razões expostas logo na abertura deste ponto.

Ambos os modelos obedecem à seguinte equação de regressão:

$$IE_i = \beta_1 + \beta_2 ICAP_i + \beta_3 MPC_i + \beta_4 QUOTA_i + \beta_5 PRODUTIV_i + \beta_6 EMP_i + \beta_7 A88_i + \beta_8 A91_i + \beta_9 A92_i + \beta_{10} A93_i \dots + u_i$$

Modelo 2:  $i = 1, \dots, 139$ .

Modelo 3:  $i = 1, \dots, 479$ .

<sup>(12)</sup> No seguimento do que havia já sido considerado em outros pontos do presente estudo, o modelo 2 (grandes empresas) abarca as empresas com volume de vendas superior a 1 milhão de contos, a preços de 1985, enquanto que no modelo 3 (empresas de pequena dimensão) se consideram as empresas restantes.

<sup>(13)</sup>  $EMPI$  representa a dimensão das empresas. A sua introdução, não obstante a divisão da amostra em empresas grandes e empresas pequenas e médias justifica-se pela provável persistência de alguns efeitos da dimensão sobre a variável dependente mesmo quando dividimos a amostra da forma referida.

<sup>(14)</sup> Para cada observação, esta variável calculou-se da seguinte forma:

$$PRODUTIV_i = VBP_i / EMP_i$$

Tendo-se obtido o seguinte conjunto de resultados de estimação:

MODELO 2

Variável	Coefficiente	Desvio padrão	Estatística-t	Probabilidade
C .....	86,639 53	10,997 480	7,878 126	0,000 0
ICAP .....	0,004 008	0,001 402	2,858 450	0,005 9
MPC .....	0,000 302	0,149 100	0,002 026	0,998 4
QUOTA .....	73,430 28	23,857 01	3,077 932	0,003 2
PRODUTIV .....	- 0,002 88	0,001 134	- 2,538 772	0,013 8
EMP .....	- 0,003 461	0,008 747	- 0,395 686	0,693 8
A88 .....	- 8,711 113	4,453 857	- 1,955 858	0,055 3
A91 .....	- 2,679 661	3,721 836	- 0,719 984	0,474 4
A92 .....	0,705 031	3,987 609	0,176 805	0,860 3
A93 .....	- 2,615 006	3,844 661	- 0,680 166	0,499 1

$R^2$ .....	0,962 420
F-statistic .....	18,567 070
Prob(F-statistic) .....	0,000 000

MODELO 3

Variável	Coefficiente	Desvio padrão	Estatística-t	Probabilidade
C .....	28,898 78	32,088 950	0,900 584	0,368 6
ICAP .....	- 0,008 934	0,002 712	- 3,294411	0,001 1
MPC .....	1,305 902	0,411 837	3,170 915	0,001 7
QUOTA .....	24,64 780	109,733 9	0,224 614	0,822 4
PRODUTIV .....	- 0,00 009	0,002 127	- 0,041 031	0,967 3
EMP .....	- 0,209 194	0,132 244	- 1,581 881	0,114 8
A88 .....	29,059 36	11,110 140	2,615 571	0,009 4
A91 .....	21,786 78	12,989 970	1,677 200	0,094 7
A92 .....	26,811 84	13,207 110	2,030 106	0,043 3
A93 .....	23,658 40	13,532 190	1,748 306	0,081 5

$R^2$ .....	0,487 268
F-statistic .....	1,244 159
Prob(F-statistic) .....	0,046 087

Repare-se que, no que respeita às empresas de grande dimensão (modelo 2), é notório que a importância da empresa no mercado doméstico (medida pela respectiva quota de mercado interna), assim como a elevada intensidade

capitalística, são factores que, de uma forma decisiva, orientam estas empresas para os mercados internacionais. Já no que respeita às empresas com elevada produtividade do factor produtivo trabalho, é evidente a maior vocação das mesmas para a exploração do mercado interno.

É curioso notar ainda que a maior ou menor rentabilidade média das vendas (medida pela variável *MPC*), não se revela estatisticamente significativa na explicação da intensidade exportadora das empresas.

Por último, é de salientar o facto de o ano imediatamente posterior à adesão (1988) se revelar muito penalizador para as empresas exportadoras de maior dimensão.

Atendendo agora aos resultados obtidos para empresas de dimensão mais reduzida (modelo 3), é, desde logo, muito evidente que, contrariamente ao que sucedia para empresas de grande dimensão, a quota de mercado doméstica e a produtividade do trabalho não se apresentam como estatisticamente significativas. Por outro lado, a estimativa do coeficiente da variável *MPC* indicia que, neste subconjunto de empresas, aquelas que beneficiam de maior poder de mercado são as que mais facilmente se conseguem impor no mercado externo.

É ainda evidente que, neste tipo de empresas, a maior intensidade capitalística dos seus processos produtivos joga em desfavor da orientação exportadora das mesmas, ou seja, se uma empresa de reduzida dimensão optar por realizar um investimento avultado em capital, provavelmente procurará rentabilizar esse investimento focalizando-se prioritariamente na exploração do mercado interno.

Por último, note-se que em qualquer dos anos em análise posteriores à adesão de Portugal à Comunidade Europeia, as empresas de pequena dimensão conseguiram, sempre, suplantarem a intensidade exportadora que detinham aquando do ano em estudo anterior à integração do País no mercado comunitário — 1985.

### 3.2.2 — Existe um padrão sectorial ao nível dos determinantes da propensão exportadora?

No sentido de se proceder à averiguação da possível existência de um padrão sectorial em termos dos determinantes da vocação exportadora das empresas, efectuaram-se três regressões, respeitantes a cada um dos sectores de actividade em estudo.

Assim, os modelos 4, 5 e 6 constituem regressões autónomas para os sectores têxtil, vestuário e calçado, respectivamente, e todos eles têm por base uma equação de regressão do seguinte tipo:

$$IE_i = \beta_1 + \beta_2 ICAP_i + \beta_3 MPC_i + \beta_4 QUOTA_i + \beta_5 PRODUTIV_i + \beta_6 EMP_i + \beta_7 A88_i + \beta_8 A91_i + \beta_9 A92_i + \beta_{10} A93_i \dots + u_i$$

Modelo 4:  $i = 1, \dots, 350$ .

Modelo 5:  $i = 1, \dots, 186$ .

Modelo 6:  $i = 1, \dots, 84$ .

Das respectivas estimações econométricas, obtiveram-se os resultados que a seguir se apresentam:

MODELO 4

Variável	Coefficiente	Desvio padrão	Estatística-t	Probabilidade
<i>C</i> .....	77,608 80	9,527 368	8,145 880	0,000 0
<i>ICAP</i> .....	-0,000 130	0,000 481	-0,269 601	0,787 8
<i>MPC</i> .....	-0,016 661	0,073 097	-0,227 935	0,819 9
<i>QUOTA</i> .....	61,847 96	29,787 39	2,076 314	0,039 2
<i>PRODUTIV</i> .....	0,000 325	0,000 564	0,576 856	0,564 7
<i>EMP</i> .....	-0,012 813	0,012 898	-0,993 463	0,321 8
<i>A88</i> .....	1,594 907	2,439 548	0,653 771	0,514 1
<i>A91</i> .....	6,599 176	2,798 767	2,357 887	0,019 4
<i>A92</i> .....	8,759 117	2,801 176	3,126 943	0,002 0
<i>A93</i> .....	5,461 98	3,070 987	1,778 575	0,076 9

$R^2$ .....	0,914 183
F-statistic .....	12,583 430
Prob(F-statistic) .....	0,000 000

MODELO 5

Variável	Coefficiente	Desvio padrão	Estatística-t	Probabilidade
<i>C</i> .....	-167,016 60	107,252 200	-1,557 232	0,122 5
<i>ICAP</i> .....	0,037 821	0,023 166	1,632 618	0,105 7
<i>MPC</i> .....	11,885 400	1,521 913	7,809 509	0,000 0
<i>QUOTA</i> .....	-67,295 64	317,804 7	-0,211 752	0,832 7
<i>PRODUTIV</i> .....	-0,002 111	0,003 484	-0,605 887	0,545 9
<i>EMP</i> .....	0,250 281	0,196 086	1,276 385	0,204 7
<i>A88</i> .....	86,396 80	24,364 670	3,545 986	0,000 6
<i>A91</i> .....	52,427 01	27,390 630	1,914 049	0,058 4
<i>A92</i> .....	75,351 88	30,089 310	2,504 274	0,013 9
<i>A93</i> .....	85,044 80	29,129 780	2,919 514	0,004 3

$R^2$ .....	0,621 819
F-statistic .....	1,976 998
Prob(F-statistic) .....	0,000 549

MODELO 6

Variável	Coefficiente	Desvio padrão	Estatística-t	Probabilidade
<i>C</i> .....	- 23,203 95	65,428 250	- 0,354 647	0,724 8
<i>ICAP</i> .....	- 0,004 813	0,012 193	- 0,394 737	0,695 2
<i>MPC</i> .....	0,320 378	0,742 587	0,431 435	0,668 6
<i>QUOTA</i> .....	42,721 48	28,464 4	1,500 876	0,141 7
<i>PRODUTIV</i> .....	0,000 05	0,001 867	0,025 947	0,979 4
<i>EMP</i> .....	- 0,005 476	0,082 522	- 0,066 364	0,947 4
<i>A88</i> .....	12,764 07	7,392 078	1,726 722	0,092 3
<i>A91</i> .....	19,464 82	8,611 329	2,260 373	0,029 6
<i>A92</i> .....	20,790 51	9,464 411	2,196 704	0,034 2
<i>A93</i> .....	15,137 74	9,905 448	1,528 224	0,134 7
<i>R</i> <sup>2</sup> .....				0,950 415
<i>F</i> -statistic .....				16,185 640
Prob( <i>F</i> -statistic) .....				0,000 000

Dos resultados expostos, pode evidenciar-se, desde logo, que os coeficientes das variáveis *dummy* anuais, quando estatisticamente significativas em termos individuais, são sempre positivos, pelo que os dados parecem indicar que o período pós-adesão não foi penalizador para nenhum sector em especial.

Ressalta ainda desta análise que a quota doméstica é um determinante decisivo da intensidade exportadora das empresas do sector têxtil, enquanto que a margem preço-custo assume um papel decisivo na explicação da orientação exportadora das empresas da indústria do vestuário. Todavia, repare-se que se se tiver em consideração que, por um lado, o sector têxtil, como já foi referido anteriormente, é responsável por uma parcela muito importante das maiores empresas da nossa amostra e, por outro, que a indústria do vestuário é dominada por PME, depreende-se que as duas conclusões anteriores estão intimamente relacionadas com a análise do efeito da dimensão na propensão exportadora das empresas, efectuada na secção anterior.

Da presente análise, parece-nos, portanto, ser justo concluir que a existência de um padrão sectorial na determinação da propensão exportadora das empresas não parece evidente nos resultados das regressões por sector de actividade.

#### 4 — Conclusão (15)

Da análise empírica efectuada, os resultados obtidos permitem-nos extrair as conclusões principais que se apresentam de seguida:

- A evolução do enquadramento macroeconómico influencia decisivamente a rentabilidade média das vendas das empresas dos sectores têxtil, vestuário e calçado;
- Se num período imediatamente posterior à adesão à Comunidade Europeia são evidentes ganhos substanciais em termos de margens e vendas reais, no período compreendido entre 1988 e 1992, a conjuntura internacional menos favorável, assim como a política cambial de escudo forte, encaminham as empresas para um movimento generalizado de compressão das margens que, apesar de tudo, permitiu a manutenção do crescimento das vendas;
- O crescimento das vendas reais de todos os sectores e para todo o período em análise foi acompanhado por uma descida do peso do VAB no valor da produção empresarial, o que nos leva a admitir que com a adesão de Portugal à Comunidade Europeia, as empresas portuguesas se orientaram para a produção de produtos com menor valor acrescentado. Note-se que, do nosso ponto de vista, este aspecto pode não ser contraditório com a ideia de que a intensificação da concorrência externa origina um aumento da qualidade dos produtos presentes no mercado. Na verdade, pode ter-se verificado um aumento da presença no mercado de produtos mais exigentes, por exemplo, em trabalho qualificado e I&D através das importações;
- Alterações drásticas no padrão de concorrência internacional reflectem-se mais intensamente em empresas de maior dimensão. Apesar disso, se considerarmos apenas as empresas sobre as quais há informação relativa às exportações, as empresas de maior dimensão apresentam sempre margens superiores e essa diferença é particularmente significativa entre as grandes e as pequenas empresas exportadoras, o que sublinha a importância da dimensão como forma de obter poder de mercado a nível nacional e internacional, que concede às empresas de dimen-

---

(15) Antes de resumir os resultados mais relevantes convém salientar que a análise da secção 2 foi essencialmente descritiva pelo que as conclusões baseadas nesta secção devem ser entendidas como indicações que não resultam da estimação de um modelo ao contrário do que acontece na secção 3.

são mais elevada uma maior capacidade de negociação com os intermediários internacionais ou capacidade de melhor explorar formas mais eficientes de distribuição e comercialização;

As PME conseguiram, ao longo de todo o período, bons resultados em termos de nível de actividade; no entanto, isso exigiu sobretudo às mais vocacionadas para a exportação e para o período 1988-1992, reduções muito intensas na rentabilidade média das vendas;

A *performance* exportadora das empresas, em geral, é determinada essencialmente pelo poder de mercado e pela adesão à Comunidade Europeia, como se pôde verificar a partir dos resultados de uma estimação de um modelo econométrico a partir de um painel balanceado de empresas;

Todavia, a importância das margens preço-custo na determinação da intensidade exportadora das empresas é particularmente relevante em relação às pequenas empresas, enquanto a *performance* exportadora das empresas de maior dimensão, é essencialmente determinada, de uma forma positiva, pela intensidade capitalística e pela quota das empresas, sendo curioso o facto de que a intensidade capitalística joga em desfavor da internacionalização das empresas de dimensão mais reduzida;

Finalmente, os resultados indiciam a não existência de um padrão sectorial na determinação da orientação exportadora das empresas destes sectores.

**BIBLIOGRAFIA**

- BRANDÃO, António (1993), *Estratégias e Estruturas Industriais em Economias Abertas*, Edições Asa, Porto.
- (1992), «Política de Concorrência e Poder de Mercado em Pequenas Economias Abertas — O Caso Português», *Opúsculo do IESF*, n.º10, Edições Asa, Porto.
- CASTRO, Alberto e António Brandão (1990), «Does Firm Market Share Matter in Open Competitive Industries?» *paper* apresentado na 17.ª EARIE, em Lisboa, e publicado também nos documentos de investigação da Faculdade de Economia do Porto.
- (1993), «Estratégias Empresariais em Indústrias Competitivas e Abertas», *paper* apresentado no Encontro de Economistas de Língua Portuguesa na Faculdade de Economia do Porto.
- GUERRA, António, e SANTOS, Vítor (1994), «Performance das Maiores Empresas Portuguesas: Estrutura ou Estratégia», *paper* apresentado ao 3.º Encontro Nacional de Economia Industrial, ISEG, Lisboa.
- INE, *Estatísticas das Empresas – Indústria (1992/93)*.
- , *Contas Nacionais (1985 a 1991)*.
- SANTOS, Vítor (1989), «Estruturas de Mercado e Integração Internacional — A Indústria Transformadora Portuguesa no Período de 1977-82», tese de doutoramento, ISEG.

QUADRO 1

	MPC-85 (percentagem)	VAR. 85-88 (percentagem)	MPC-88 (percentagem)	VAR. 88-92 (percentagem)	MPC-92 (percentagem)
Global .....	13,67	70,33	23,29	- 79,74	4,72
Sectorial:					
Têxtil .....	15,05	140,68	36,22	- 84,35	5,67
Vestuário .....	11,74	- 40,99	6,93	- 43,08	3,94
Calçado .....	12,40	- 48,02	6,45	- 60,24	2,56

QUADRO 2

	Vendas 85 (esc'000)	VAR. 85-88 (percentagem)	Vendas 88 (esc'000)	VAR. 88-92 (percentagem)	Vendas-92 (esc'000)
Global .....	595 004,88	18,93	707 630,93	19,98	849 049,15
Sectorial:					
Têxtil .....	747 025,81	11,98	836 556,24	13,28	947 651,66
Vestuário .....	414 739,81	36,69	566 901,65	37,21	777 842,03
Calçado .....	381 251,00	28,88	491 348,34	23,15	605 098,15

QUADRO 3

	VAB-85 (percentagem VBP)	VAR. 85-88 (percentagem)	VAB-88 (percentagem VBP)	VAR. 88-92 (percentagem)	VAB-92 (percentagem VBP)
Global .....	30,96	- 13,42	26,81	- 16,49	22,39
Sectorial:					
Têxtil .....	32,07	- 12,17	28,17	- 18,19	23,04
Vestuário .....	30,04	- 17,50	24,79	- 13,38	21,47
Calçado .....	28,55	- 9,98	25,70	- 15,47	21,72

QUADRO 4

Vendas &lt; esc'000 1 000 000

	MPC-85 (percentagem)	VAR. 85-88 (percentagem)	MPC-88 (percentagem)	VAR. 88-92 (percentagem)	MPC-92 (percentagem)
Global .....	12,97	98,21	25,71	- 84,27	4,04
Sectorial:					
Têxtil .....	14,17	203,35	43,00	- 88,45	4,97
Vestuário .....	11,35	- 40,47	6,75	- 44,34	3,76
Calçado .....	12,38	- 48,06	6,43	- 75,39	1,58

## QUADRO 5

Vendas &gt; esc'000 1 000 000

	MPC-85 (percentagem)	VAR. 85-88 (percentagem)	MPC-88 (percentagem)	VAR. 88-92 (percentagem)	MPC-92 (percentagem)
Global .....	17,46	-23,56	13,35	- 49,65	6,72
Sectorial:					
Têxtil .....	18,17	- 13,77	15,67	- 53,09	7,35
Vestuário .....	15,29	- 47,95	7,96	- 42,75	4,56
Calçado .....	12,89	- 48,98	6,58	43,18	9,42

## QUADRO 6

Vendas &lt; esc'000 1 000 000

	Vendas-85 (esc'000)	VAR. 85-88 (percentagem)	Vendas-88 (esc'000)	VAR. 88-92 (percentagem)	Vendas-92 (esc'000)
Global .....	322 239,96	18,40	381 545,06	16,55	444 685,04
Sectorial:					
Têxtil .....	355 746,33	12,51	400 245,31	11,69	447 037,59
Vestuário .....	266 986,40	33,17	355 555,57	23,14	437 828,46
Calçado .....	326 444,42	13,92	371 871,09	21,01	450 017,77

## QUADRO 7

Vendas &gt; esc'000 1 000 000

	Vendas-85 (esc'000)	VAR. 85-88 (percentagem)	Vendas-88 (esc'000)	VAR. 88-92 (percentagem)	Vendas-92 (esc'000)
Global .....	2 064 904,72	- 0,81	2 048 206,21	0,00	2 048 197,89
Sectorial:					
Têxtil .....	2 144 452,54	0,68	2 159 123,73	- 0,59	2 146 490,60
Vestuário .....	1 744 520,57	3,97	1 813 843,48	4,98	1 904 136,98
Calçado .....	2 080 255,00	- 20,86	1 646 295,07	2,69	1 690 660,79

## QUADRO 8

Vendas &lt; esc'000 1 000 000

	VAB-85 (percentagem VBP)	VAR. 85-88 (percentagem)	VAB-88 (percentagem VBP)	VAR. 88-92 (percentagem)	VAB-92 (percentagem VBP)
Global .....	30,82	- 13,52	26,65	- 14,69	22,74
Sectorial:					
Têxtil .....	31,81	- 12,70	27,77	- 15,77	23,39
Vestuário .....	30,49	- 17,61	25,12	- 10,84	22,40
Calçado .....	28,27	- 7,99	26,02	- 18,31	21,25

## QUADRO 9

Vendas &gt; esc'000 1 000 000

	VAB-85 (percentagem VBP)	VAR. 85-88 (percentagem)	VAB-88 (percentagem VBP)	VAR. 88-92 (percentagem)	VAB-92 (percentagem VBP)
Global .....	31,76	- 13,52	27,46	- 22,24	21,35
Sectorial:					
Têxtil .....	33,01	- 11,01	29,37	- 24,37	22,22
Vestuário .....	26,00	- 12,30	22,80	- 19,33	18,39
Calçado .....	37,05	- 38,92	22,63	10,54	25,01

## QUADRO 10

	Exps. > média			Exps. < média		
	Têxteis	Vestuário	Calçado	Têxteis	Vestuário	Calçado
MPC-85 .....	20,77	13,99	13,49	14,47	11,86	11,14
MPC-88 .....	8,00	3,09	6,99	16,11	9,17	4,59
MPC-92 .....	5,95	3,40	1,86	5,54	3,33	0,32

## QUADRO 11

	Exps. < média	Exps. > média
Vendas < 1 M. C. ....	MPC85 = 13,36 % MPC88 = 13,13 % MPC92 = 4,03 %	MPC85 = 12,70 % MPC88 = 6,02 % MPC92 = 3,14 %
Vendas > 1 M. C. ....	MPC85 = 13,46 % MPC88 = 13,67 % MPC92 = 7,90 %	MPC85 = 20,18 % MPC88 = 13,17 % MPC92 = 5,78 %