

CONCENTRAÇÃO DE MERCADO: DIAGNÓSTICO DO VAREJO HIPERMERCADISTA NO BRASIL ENTRE 2013-2017

CARINE MACHADO OLIVEIRA¹; PAULO YUN CHA²

¹ Universidade De São Paulo (USP) - carinemachado@usp.br

² Universidade De São Paulo (USP) - paulocha@usp.br

1. INTRODUÇÃO

A representatividade do varejo na economia nacional é inegável e sua dinâmica e gestão empreendem esforços de profissionais das mais diversas áreas desde a economia à tecnologia da informação. Por sua vez, os ciclos econômicos, choques adversos e tendências de mercado exigem do varejo a capacidade de reinvenção constante.

Este estudo, concentrado na área da economia, se destina a identificar o grau de concentração do setor hipermercadista no Brasil no período de 2013 a 2017. Com base no modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho [E-C-D], oriundo da Economia Organização Industrial, será utilizado o índice Hirshman- Herfindahl [HHI] e o índice Concentração [CR_n] para avaliar a repartição do mercado com base no faturamento dos 50 maiores hipermercadistas em atuação no país.

A concentração de mercados é marca estrutural e inexorável das economias baseadas no desenvolvimento industrial. Se possuir uma maior fatia do mercado possibilita negociar preços e pressupõe ganhos de escala, por outro lado, o poder de mercado pode pôr em situação de vulnerabilidade pequenos e médios fornecedores e privar o consumidor dos benefícios advindos da livre concorrência.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa utiliza apreciação quantitativa através indicadores estatísticos para análise dos dados. Para tanto, baseia-se no modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho [E-C-D], oriundo da Organização Industrial, que objetiva identificar as variáveis que impactam no desenvolvimento entre firmas.

Os dados microeconômicos apresentados referentes ao varejo hipermercadista nacional são oriundos de estudos prévios realizados pela Associação Brasileira de Supermercados [ABRAS] e pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo [SBVC]. Já os dados referentes desempenho das vendas do varejo restrito foram extraídos de estudos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE].

A primeira medida de concentração utilizada será a razão de concentração que é calculado a partir da ordenação de forma crescente do *market-share* das maiores firmas em um determinado mercado e é expressa da seguinte forma:

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

Em que,

k representa o número de firmas

Si: participação da i-ésima firma no mercado

Assim, o CR₄ mostra a participação das 4 maiores firmas no mercado e o CR₈ das 8 maiores firmas no mercado. De acordo com Bain (1959), o *Market share* para esses indicadores é classificado conforme indicado nas tabelas 1 e 2.

Tabela 1 – classificação do CR₄

CR ₄	
CONCENTRAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
MENOR QUE 0,35	BAIXO
ENTRE 0,35 E 0,5	MODERADAMENTE BAIXO
ENTRE 0,5 E 0,65	MODERADAMENTE ALTO
ENTRE 0,65 E 0,75	ALTO
MAIOR QUE 0,75	MUITO ALTO

Fonte: elaboração própria com dados de Bain (1959).

Tabela 2 – classificação do CR₈

CR ₈	
CONCENTRAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
MENOR QUE 0,45	BAIXO
ENTRE 0,45 E 0,70	MODERADAMENTE BAIXO
ENTRE 0,70 e 0,85	MODERADAMENTE ALTO
ENTRE 0,85 e 0,90	ALTO
MAIOR QUE 0,90	MUITO ALTO

Fonte: elaboração própria com dados de Bain (1959).

Já o índice de Hirshman-Herfindahl [HHI] mostra o tamanho das firmas em um mercado ou setor e se baseia na taxa de lucratividade das firmas. O índice é calculado o somatório da participação ao quadro de todas as firmas no setor.

$$HHI = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

Onde Si é a participação de cada firma no mercado.

Quanto mais próximo de 1 seja o índice de Hirschman, mais concentrado é o mercado em questão. Se $0,15 \geq HHI \leq 0,25$ o mercado é tido como moderadamente concentrado, já $HHI < 0,15$ designa um mercado desconcentrado, é considerado um mercado altamente concentrado aquele com índice superior a 0,25.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A tabela 1 apresenta a síntese dos índices Hirschman e CR_N calculados para as 50 maiores firmas hipermaercadistas do Brasil no período de 2014 a 2017.

TABELA 1 – HHI e CR_n para os 50 maiores hipermercados brasileiros entre 2014 e 2017

ANO	HHI	CR_4	CR_8
2013	0,1407	0,6924	0,7696
2014	0,1315	0,6639	0,7461
2015	0,1266	0,642	0,729
2016	0,1246	0,626	0,7197
2017	0,1214	0,6102	0,7118

Fonte: Resultados originais da pesquisa.

Em 2013 o HHI é de 0,14, tal valor classifica o mercado como desconcentrado. Já o CR_4 , representado pelo Carrefour, GPA, Walmart e Cencosoud, é 0,6924 o que classifica como altamente concentrado. O CR_8 , por sua vez, o valor aproximado de 0,77, o que corresponde a classificação de moderadamente alto.

No ano de 2014 o CR_4 , permanece sendo representado pelas mesmas firmas e seu valor sofre decréscimo passando a 0,66 o que indica grau de concentração moderadamente alto. O CR_8 , apresenta índice aproximado de 0,75 tendo também a classificação de moderadamente alto. No entanto o índice de Hirschman para as empresas analisadas é 0,13 o que classifica o mercado como descentralizado.

O resultado do CR_8 corresponde ao ano de 2014, e portanto do CR_4 , é fortemente influenciado pelas 3 maiores firmas em termos de faturamento que, juntas, representam 60,75% do faturamento total.

Em 2015 todos os índices apresentam leve decréscimo em relação ao ano anterior. O HHI foi de 0,1266 configurando um mercado descentralizado. Já o CR_4 e o CR_8 729 mantiveram a classificação de moderadamente alto. Nos anos de 2016 e 2017 a situação se mantém.

Em relação a evolução do faturamento das empresas que compõem o CR₄ ao longo do período de 2013 a 2014, O Walmart e o Cencosud acumulam pequenas variações negativas no faturamento entre 2013 e 2015 e passam a acumular perdas maiores em 2016. Já o GPA e Carrefour mantém o faturamento em uma trajetória crescente durante todo o período. Considerando o varejo restrito no período de 2012 a 2017, o setor teve queda no volume de vendas em 2013 e 2014 e passou a acumular perdas em 2015 e 2016 na magnitude de -4,3% e -6,2% respectivamente.

No que se refere a variação do número de funcionários no CR₄, GPA, Walmart e Cencosud tiveram sucessivas reduções no quadro de funcionários durante todo o período. Na contramão, o Carrefour apresentou variação positiva de contratações durante todo o período acumulando variação de 25,04%.

4. CONCLUSÕES

O setor possui grau de concentração moderadamente alta. Embora o HHI indique um mercado descentralizado, tal fato se dá ao grande número de firmas participantes, visto que, sua imensa maioria, individualmente, representa pequenas fatias do mercado ficando as 4 firmas hipermercadista responsáveis por aproximadamente 65% do *market share* em todo o período.

O CR₄ e o CR₈ durante todo o período foi classificado como moderadamente alto tendo ambos apresentado leve tendência de diminuição. Tal diminuição pode ser associada a desaceleração do consumo que se refletiu em perdas sucessivas no varejo e também a perda de mercado protagonizada pelo Walmart e Cencosud.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAS, Associação Brasileira de Supermercados. Ranking abras 2017. **SUPERHIPER**, abril 2017. Disponível em: < <http://abrasnet.com.br/edicoes-antiores/Main.php?MagID=7&MagNo=229> > Acesso em: 15 jan. 2019.

SBVC, 2017. **O PAPEL DO VAREJO NA ECONOMIA BRASILEIRA**. <http://sbvc.com.br/wpcontent/uploads/2017/12/O_Papel_do_Varejo_na_Economia_Brasileira_SBVC_Dezembro_2017.pdf>

BRASIL. IBGE. **Vendas no varejo crescem 2,3% em 2018 e têm a maior alta em cinco anos**. PMC2019. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23795-vendas-no-varejo-crescem-2-3-em-2018-e-tem-a-maior-alta-em-cinco-anos> > Acesso em 13 ago. 2019.

BAIN, J. S. 1956. Barriers to new competition. Harvard University Press, Cambridge MA, USA.