



PAPERS DO NAEA

ISSN 15169111

PAPERS DO NAEA Nº 142

**PADRÕES DE CONCORRÊNCIA E ESTRUTURAS DE MERCADO
NO CAPITALISMO (UMA ABORDAGEM NEO – SCHUMPETERIANA)**

David Ferreira Carvalho

Belém, Maio de 2000

O Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) é uma das unidades acadêmicas da Universidade Federal do Pará (UFPA). Fundado em 1973, com sede em Belém, Pará, Brasil, o NAEA tem como objetivos fundamentais o ensino em nível de pós-graduação, visando em particular a identificação, a descrição, a análise, a interpretação e o auxílio na solução dos problemas regionais amazônicos; a pesquisa em assuntos de natureza socioeconômica relacionados com a região; a intervenção na realidade amazônica, por meio de programas e projetos de extensão universitária; e a difusão de informação, por meio da elaboração, do processamento e da divulgação dos conhecimentos científicos e técnicos disponíveis sobre a região. O NAEA desenvolve trabalhos priorizando a interação entre o ensino, a pesquisa e a extensão. Com uma proposta interdisciplinar, o NAEA realiza seus cursos de acordo com uma metodologia que abrange a observação dos processos sociais, numa perspectiva voltada à sustentabilidade e ao desenvolvimento regional na Amazônia.

A proposta da interdisciplinaridade também permite que os pesquisadores prestem consultorias a órgãos do Estado e a entidades da sociedade civil, sobre temas de maior complexidade, mas que são amplamente discutidos no âmbito da academia.

Papers do NAEA - Papers do NAEA - Com o objetivo de divulgar de forma mais rápida o produto das pesquisas realizadas no Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) e também os estudos oriundos de parcerias institucionais nacionais e internacionais, os Papers do NAEA publicam textos de professores, alunos, pesquisadores associados ao Núcleo e convidados para submetê-los a uma discussão ampliada e que possibilite aos autores um contato maior com a comunidade acadêmica.



Universidade Federal do Pará

Reitor

Cristovam Wanderley Picanço Diniz

Vice-reitor

Telma de Carvalho Lobo

Núcleo de Altos Estudos Amazônicos

Diretor

Edna Maria Ramos de Castro

Diretor Adjunto

Marília Emmi

Conselho editorial do NAEA

Armin Mathis

Edna Ramos de Castro

Francisco de Assis Costa

Gutemberg Armando Diniz Guerra

Índio Campos

Marília Emmi

Sector de Editoração

E-mail: editora_naea@ufpa.br

Papers do NAEA: Papers_naea@ufpa.br

Telefone: (91) 3201-8521

Paper 142

Revisão de Língua Portuguesa de responsabilidade do autor.

PADRÕES DE CONCORRÊNCIA E ESTRUTURAS DE MERCADO NO CAPITALISMO (UMA ABORDAGEM NEO - SCHUMPETERIANA)

*David Ferreira Carvalho**

Resumo:

O objetivo do texto é discutir, na forma de uma pequena digressão, algumas categorias teóricas que conformam a concorrência e a estrutura de mercado numa perspectiva neo-schumpeteriana. Este trabalho tem uma finalidade didática, sobretudo para os meus alunos de economia industrial do mestrado do PLADES/NAEA/UFPA.

Palavras-chaves: Estruturas de mercado. Firma. Concorrência e padrões de concorrência.

Abstract:

The objective of the text is to discuss, in the form of a small digression, some theoretical categories that conform the competition and the market structure in a perspective new - schumpeterian. This work has a didactic purpose, mainly for my students of industrial microeconomics of Plades/NAEA/UFPA.

Keywords: Competition. Market structure. Perspective new-schumpeterian.

*David Ferreira Carvalho: Graduado em Engenharia e Economia. Mestre em Planejamento do Desenvolvimento pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos – NAEA/UFPA. Doutor em Economia pelo Instituto de Economia (IE) da UNICAMP. Professor - Pesquisador do Mestrado e Doutorado da Universidade Federal do Pará (UFPA) no Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) e Professor do Departamento de Economia da UFPA.

Endereço Residencial: Trav. Mauriti, 3164, Marco, CEP:66095-360, Belém - Pará. Fone: (091) 246.8558. Fax: (091) 236.0250; E - mail: david_carvalho@uol.com.br

Endereço de Trabalho: Núcleo de Altos Estudos Amazônicos - NAEA/UFPA, Campus Universitário Guamá, Belém-PA, CEP: 66075-900. Fone: (091) 211.1655; (091) 211.1230/ 1231/1232. Fax: (091) 211.1677

Introdução

É preciso enfatizar, desde logo, que na economia capitalista o objetivo genérico do lucro e da acumulação de capital só tem existência real e recebe contornos específicos através da mediação do mercado¹. Assim, tomando-se alguns critérios básicos à configuração das estruturas de mercado – de natureza técnica, produtiva, comportamental e financeira - a partir do processo de concorrência, é possível tipificar, numa primeira aproximação, os padrões de concorrência básicos correspondentes as diversas estruturas de mercado². É importante lembrar que não se pretende formular uma nova matriz capaz de desenhar uma taxonomia – síntese contendo os elementos dinâmicos das teorias da economia da tecnologia, da organização industrial e da estrutura de mercado envolvidos no conceito síntese de concorrência ou de mercado na indústria.

Neste particular, o velho pressuposto neoclássico, de que cada firma produz uma única mercadoria, oculta a distinção entre indústria - isto é, um grupo de firmas singulares dedicadas à produção de mercadorias cujo método de fabricação é semelhante – e mercado – isto é, a procura de um grupo de mercadorias que são substitutas mútuas muito próximas³. Para fins deste ensaio, por concorrência capitalista deve ser entendido o processo de enfrentamento dos capitais plurais, isto é, das unidades de poder de valorização e de crescimento que a propriedade do capital função confere.

Assim o mercado, como uma instituição capitalista moderna para reduzir os custos de transações econômicas, compreende o ambiente econômico onde se realiza a concorrência capitalista, ou seja, a luta estratégica entre os capitais individuais pela busca de posição lucrativa no mercado⁴. De resto, e para fins deste ensaio, aceita-se as premissas da dinâmica capitalista contidas na idéia de padrão de concorrência e estrutura de mercado de Possas (1985, 1988, 1989).

O objetivo do texto é discutir, na forma de uma pequena digressão, algumas categorias teóricas que conformam a concorrência e a estrutura de mercado numa perspectiva neoschumpeteriana. Tem uma finalidade didática, sobretudo para os meus alunos de microeconomia industrial do mestrado do PLADES/NAEA/UFPA. A organização do ensaio compreende: além desta introdução, uma seção que resgata os fundamentos da teoria da firma schumpeteriana; uma segunda que discute as acepções de concorrência e estrutura de mercado e a última que apresenta os elementos constitutivos para uma taxonomia de padrões de concorrência e estruturas de mercado. Por fim uma observação, a leitura deste texto pressupõe alguma familiaridade com a literatura pertinente.

¹Possas (1989, cap. 1 e 2)

²Possas (1985,p.179-183)

³Os conceitos de indústria e mercado de Robinson (1979, p. 198) ainda assim são limitados. Ver Possas (1985, p.98 - 99)

⁴idem (1985, p. 171- 179)

Da Firma Neoclássica à Firma Schumpeteriana

A discussão em torno da teoria da firma emerge como resposta a uma nova problemática, distinta das teorias de formação de preços e margens de lucro em oligopólio. O avanço da nova teoria da firma se fez pela crítica à convencional teoria da firma neoclássica que toma a firma como uma função de produção e, portanto, como um agente passivo num mercado de competição perfeita.

Na construção do objeto, sobretudo das abordagens gerenciais e comportamentais da firma na visão da escola da administração de empresas, situa-se a contraposição entre o capital função e o capital propriedade da grande empresa capitalista. Apesar do avanço, essas teorias administrativas da firma, em oposição a teoria econômica da firma neoclássica, acabaram desviando-se da inserção da firma no mercado na medida em que a ênfase teórica passou a se dirigir para os processos internos da firma mais úteis aos especialistas em administração de empresas do que aos analistas econômicos.

No entanto, apesar da preocupação com o realismo, seja o da motivação ou a do processo decisório, as teorias administrativas alternativas, ao tomarem a análise isolada da firma em sua **interioridade**, deixam de lado a rica inter-relação das empresas com o mercado em sua **exterioridade**. Mesmo Penrose (1959), que destaca a importância da base produtiva e da especialização da empresa, foi buscar a motivação e a direção do processo do crescimento da firma em seu interior - através da variedade e qualidade dos múltiplos recursos disponíveis tão próximos do empresário. No entanto, ainda em tempo, ela se dá conta que os seus inovativos conceitos schumpeterianos apontam para o exterior, ou seja, para o mercado e a concorrência.

Uma teoria da firma que se pretenda dinâmica há que considerar sempre os vínculos entre mercado e empresa através da base produtiva, do comércio dos bens e serviços e da sua capacidade financeira dentro do princípio do risco crescente de Kalecki (1937) - especialmente nas estruturas de mercados oligopólicos - com os seus correspondentes efeitos setoriais e macroeconômicos.

Quanto a firma schumpeteriana, esta é estrategicamente ativa em suas decisões que podem afetar o mercado e potencialmente capaz de gerar mudanças destrutivas criadoras na indústria. Portanto, ela pode afetar ou ser afetada pelo mercado. Assim sendo, a firma schumpeteriana pode criar, erguer ou rebaixar as barreiras à entrada para os seus competidores potenciais.⁵

Um primeiro aspecto a observar na firma schumpeteriana refere-se a distribuição e à média existente da capacidade tecnológica entre as firmas inovadoras e imitadoras potenciais concorrentes. Tendo-se este indicador como referência, pode-se deduzir que quanto mais alto for este, tanto maior deverá ser a taxa de difusão do progresso técnico no sistema capitalista. Esta difusão da inovação tecnológica pode ser afetada qualitativamente pela distribuição da capacidade tecnológica se supõe que quanto maior for a assimetria tecnológica mais significativa poderá ser a difusão tecnológica por seleção do que pelo aprendizado: o que pode provocar forte concentração nas parcelas de mercado e eliminação das firmas em posições de atraso tecnológico.

⁵Schumpeter (1982, 1984); Bain (1956)

Da mesma forma, na hipótese do nível de capacidade tecnológica da firma ficar abaixo da média da indústria, é provável que a taxa de difusão tecnológica seja favorecida por uma distribuição mais assimétrica. Por outro lado, um baixo nível de assimetria tecnológica, no início do processo, tende a produzir uma difusão tecnológica por imitação, mais fácil e uniforme, com o que o aprendizado, por distintos meios, poderá dificultar a seleção tecnológica pela via do mercado e, posteriormente, até levar à concentração da própria estrutura do mercado. Na nova economia institucional, a firma deixa de ser uma função de produção para ser uma estrutura de governança. Assim sendo, não se pode descartar os custos de transação, as incertezas e complexidade do ambiente quando se compara as falhas da hierarquia da organização interna com as transações via mercado⁶.

Certamente que a eficácia da difusão tecnológica, em modificar a estrutura do mercado, depende da adequação entre as distribuições das firmas no mercado e das assimetrias da capacidade tecnológica em uma dada indústria. Deste modo, quanto melhor for esta combinação, mais tende a se acentuar a velha estrutura do mercado e mais ágeis passam a ser os mecanismos de seleção via mercado. Inversamente, se o potencial tecnológico das firmas não corresponde à sua posição em tamanho e participação no mercado, é provável que a dinâmica industrial, afetada pela estratégica difusão de uma inovação tecnológica, acabe impactando e instabilizando a estrutura de mercado inicial⁷.

No que tange a seleção entre tecnologias concorrentes, a variedade tecnológica pode facilitar a adoção e a difusão de uma nova tecnologia, a não ser que esta variedade seja suficientemente grande a ponto de tornar dispersivos os esforços das firmas e até mesmo evitar que a opção por uma tecnologia específica se torne amplamente rentável. A diversidade comportamental das firmas, por sua vez, pode impactar a difusão por seleção ou aprendizado e a própria taxa de difusão técnica⁸.

A opção estratégica da firma por uma inovação tecnológica exitosa, torna-se assim, nas mãos dessa firma schumpeteriana, uma poderosa arma competitiva na medida em que eleva a rentabilidade das firmas inovadoras e tende a concentrar parcelas crescentes do mercado⁹. Numa situação limite, poderia se admitir até que essa seleção da inovação, via mercado, fosse tão eficiente a ponto de inibir a própria difusão da nova tecnologia que, embora potencialmente superior, não apresentasse uma rentabilidade suficientemente elevada para o seu desenvolvimento e melhoria¹⁰.

Não obstante, é na dimensão financeira da atividade empresarial - outra forma de existência real do capital além da produtiva e comercial - que se abre um campo à construção de uma verdadeira teoria específica da firma que guarde uma autonomia relativa em face do mercado. De qualquer maneira, para se avançar nas formas de mercado, em particular dos oligopólios, com suas implicações

⁶Williamsom [(1991, p. 38 - 58); (1985, p. 15 - 22)] e Coase (1973)

⁷Dosi & Orsenigo (1988, p.19-33)

⁸A taxa de difusão pode tornar-se mais elevada e o processo de seleção, pelo mercado, mais eficiente ao premiar a escolha da melhor tecnologia por parte das empresas inovadoras. Neste caso, dependendo da agressividade e da aversão ao risco, a empresa pode sair na frente das concorrentes (Possas, 1988,p.30)

⁹Numa situação limite, poderia se admitir até que essa seleção da inovação, via mercado, fosse tão eficiente a ponto de inibir a própria difusão da nova tecnologia que, embora potencialmente superior, não apresentasse uma rentabilidade suficientemente elevada para o seu desenvolvimento e melhoria.

¹⁰Possas (1988, p.30)

para a dinâmica macroeconômica, é indispensável aprofundar e firmar as bases teóricas no campo das **estruturas de mercado**.

As Acepções Estática e Dinâmica das Estruturas de Mercado

Há pelo menos três sentidos do emprego do termo estrutura de mercado: (1) o neoclássico que define as formas do mercado pelo número de concorrentes (monopólio, oligopólio e concorrência) e pelas características do produto (homogêneo ou diferenciado), porém, além de ser uma tipologia de base estática, não tem sustentação teórica; (2) o estrutural que, partindo do modelo estrutura - conduta - desempenho, admite as tipificações baseadas na concentração do mercado (nas compras ou vendas), na substituição de produtos (configurando homogeneidade ou diversificação) e as condicionalidades que cercam a possibilidade de barreiras à entradas de concorrentes potenciais; e, por fim, (3) um terceiro sentido de estrutura de mercado que, sem se opor ao segundo, incorpora certos elementos que permitem torná-lo um conceito dinâmico.

Este sentido dinâmico de estrutura de mercado ganha relevo porque a ênfase teórica passa a ser dada a evolução da estrutura mercado frente às próprias condições de concorrência efetiva e/ou potencial que abrangem os determinantes responsáveis pela transformação da própria estrutura de mercado, a exemplo do ritmo de acumulação interna dos lucros potencialmente destinados ao crescimento da empresa, o maior ou menor grau de concentração do mercado e seus determinantes, a mudança nas formas de concorrência, o avanço do progresso técnico e o vínculo com outras indústrias e com a economia como um todo. Além disso, esta acepção abandona o instrumental estático das demais, a começar pela concepção de equilíbrio estático, de forma a possibilitar a organização dos elementos teóricos necessários a configuração de uma análise dinâmica do oligopólio (setorial) em sua interação com o nível macroeconômico.

No entanto, qualquer tentativa de construção analítica de uma estrutura de mercado oligopolista, não pode deixar de considerar o vínculo entre oligopólios e as barreiras à entrada e as saídas no plano da concorrência¹¹. Ou seja, a sugestão é tomar a concentração como um elemento básico da estrutura de mercado - dada a influência estratégica que exerce sobre a natureza da concorrência e da formação dos preços - e a intensidade das barreiras à entrada e das barreiras à saídas como um indicador - chave do poder de mercado da empresa oligopolista e co-determinante do nível dos preços.

De fato, o conceito de barreiras à entrada ao ser introduzido no campo da análise da estrutura de mercado e da formação de preços em oligopólio, sugere que a ameaça de entrantes potenciais é um fator decisivo na determinação dos preços, nos mercados oligopolistas, por implicar na fixação de um limite superior para o preço e portanto para os lucros por parte das empresas líderes que assim se sentem seguras de manter-se no mercado sem induzir a entrada de novos concorrentes. Por trás desse princípio, está a racionalidade de que, ao sustentar o maior preço que impede a entrada dos concorrentes potenciais, as empresas líderes oligopolistas estariam maximizando os seus lucros no longo prazo. Portanto, por este princípio não ter relação com a idéia de maximização de lucros no curto prazo, deve - se supor que o nível do lucro no longo prazo deve ser inferior ao do curto prazo e

superior aos custos unitários (inclusive os custos de oportunidade) - vale dizer, o nível de preço "competitivo" que assegura o nível de lucro normal.

Com isso, abre-se uma brecha à introdução de uma perspectiva dinâmica da análise da estrutura de mercado tanto pela rejeição da maximização do lucro no curto prazo, que desloca toda análise da formação de preços (inclusive as funções de custos e a demanda) para o longo prazo, quanto pelo reconhecimento de que as estratégias das empresas ao incorporar a concorrência potencial supõe a própria possibilidade de examinar um dos fatores marcantes da configuração e eventual mudança da estrutura da indústria oligopolista. Mais ainda, além do abandono da idéia de equilíbrio da firma no curto prazo, esses elementos rompem com os instrumentos convencionais da análise neoclássica ao incorporar na análise da estrutura de mercado os fatores potenciais de risco, incerteza e as reações estratégicas possíveis dos concorrentes internos e externos nas decisões das empresas.

Os impedimentos à entrada para as concorrentes potenciais, fixados pelas líderes oligopolistas, para assegurar lucros supranormais, consistem na mensuração do nível das barreiras como um dos fatores determinantes das decisões das grandes empresas quanto à estratégia de fixação de preços e margens de lucro em longo prazo. Sylos-Labini (1956) apresenta sua teoria do preço-limite num modelo econômico de preços de exclusão e inclusão num oligopólio do tipo concentrado, produto homogêneo, tecnologia acessível e economias de escala. Além de outras contribuições, ele entende o longo prazo não apenas como a possibilidade de expansão da capacidade produtiva da empresa e da indústria, mas também da própria mudança da estrutura industrial¹².

Mas, como bem observa Possas (1985), ao concentrar a análise nos requisitos de equilíbrio de longo prazo os modelos que trataram das barreiras à entrada caíram na armadilha de todo modelo de equilíbrio que é limitar o seu alcance ao de uma estática comparativa de equilíbrio móvel, ao invés de, focando o móvel da transformação e as interações resultantes, atender aos pressupostos de uma abordagem verdadeiramente dinâmica. Também o modelo estrutura-conduta-desempenho, apesar das contribuições no plano empírico, ainda que tomando a concentração e as barreiras à entrada em seus novos estudos, não dirige o seu esforço no sentido de uma teoria de estrutura de mercado dentro de uma perspectiva dinâmica¹³.

Padrões de Concorrência e Dinâmica das Estruturas de Mercado

Mário Possas redefine os elementos para a construção de uma teoria alternativa das estruturas de mercado numa perspectiva dinâmica¹⁴. Para isso recolhe a contribuição de Steindl (1952), sobretudo quanto a dinâmica microeconômica e seus impactos macroeconômicos. O argumento central da dinâmica microeconômica de Steindl pode ser assim resumido: "a "pressão competitiva" gerada pelo crescimento das margens de lucro das empresas mais lucrativas eventualmente se choca com a capacidade produtiva instalada. Pode resultar daí um processo de absorção das parcelas de

¹¹Sobre os conceitos de barreiras à entrada (Bain, 1956) e barreiras à saída (Porter, 1980)

¹²Sylos – Labini (1956)

¹³Possas (1985, p. 123 - 150)

¹⁴Idem (1985, p. 171 - 178)

mercado rivais, ou a busca de novos mercados, ou a diminuição do grau de utilização da capacidade aquém do nível desejado especificamente em caso de oligopólio (concentrado)"¹⁵.

Fica claro que a recuperação do grau planejado de utilização da capacidade produtiva e da margem de lucros num nível limitado se fará por eliminação da capacidade do mercado; ou por deslocamento dessa capacidade excedente potencial para outras atividades econômicas; ou ainda mediante retração do investimento produtivo em nova capacidade instalada. Só que, neste último caso, esta alternativa poderá desencadear, se for suficientemente difundida, o efeito contrário por via macroeconômica."

Tendo isso em vista, Possas (1985) busca integrar as partes resenhadas, a partir do seu mapeamento, numa moldura teórica mais geral. Para isso, o conceito de oligopólio passa a ser encarado como uma classe de estruturas de mercado, e não mais por oposição ao "atomismo" do mercado na perspectiva neoclássica, caracterizada pela existência de importantes barreiras à entrada, sobretudo para as grandes empresas líderes ou progressivas. Neste sentido, a formação dos preços de "equilíbrio" deixa de ser o objeto central da teoria, para ceder lugar para a margem de lucro como variável mais geral sem qualquer vinculação com o postulado do equilíbrio estático ou dinâmico e que passa ser a real expressão sintética das condições de concorrência e de seu potencial de transformação da estrutura de mercado - o que confere o caráter dinâmico a proposta teórica. De qualquer maneira, são as expectativas que acompanham as decisões a variável que completa este dinamismo.

As barreiras à entrada, também, são introduzidas como um componente da estrutura de mercado ou como uma das explicações da determinação dos preços em oligopólio (via teoria preços-limite), porém, além disso, como síntese da natureza e dos determinantes da concorrência, tanto potencial quanto interna, num dado mercado oligopolista. Neste particular, as barreiras à entrada passam ser a variável chave responsável pela determinação das margens de lucro, como resultado das condições de concorrência, ao fixar-lhes um limite superior.

Além disso, outros elementos co-determinantes das margens de lucro, a exemplo das restrições financeiras, que estabelecem um patamar mínimo necessário a expansão auto - financiada dentro dos limites da segurança financeira das empresas oligopólicas (liquidez, endividamento e pagamento de dividendos), são também incorporados na ousada proposta de tipificação¹⁶. Afora isso, o processo de concorrência não prescinde da introdução dos elementos mais visíveis da interação das empresas na disputa da demanda do mercado (via preços, qualidade e publicidade).

Neste ponto, há que se observar que a teoria das estruturas de mercado e a teoria da firma são duas posturas teóricas distintas que privilegiam ângulos e resultados distintos. As duas teorias tratam de questões que compõem um quadro interdependente, não passível, por conseguinte, de um recorte analítico do tipo eclético, vale dizer, o comportamento da firma afeta o mercado, na mesma medida em que é por este afetado e em parte determinado, o que exige, em particular se o enfoque é dinâmico, a opção por uma das duas alternativas teóricas e a conseqüente recusa de uma solução que recorra à aplicação da cláusula *ceteris paribus*.

¹⁵Idem (1985, p.169 - 170)

¹⁶Possas (1985, p.172); Wood (1975)

Mas, ao se dar preferência a nova teoria da estrutura de mercado, não devem ser excluídas as contribuições relevantes das teorias das firmas, desde que dêem margem efetivamente a partes complementares da análise econômica requerida. No entanto, para realizar tal unificação teórica dos componentes da teoria firma dentro do quadro referência da teoria das estruturas de mercado, o princípio unificador teórico deve ser o conceito de **concorrência**, entendido como um processo de enfrentamento dos vários capitais plurais rivais, isto é, das unidades de poder de valorização e de crescimento econômico que a propriedade do capital em função confere as empresas oligopolistas.

Neste particular, a concorrência deve ser pensada como parte integrante inseparável do **movimento global de acumulação de capital**, em suas diferentes formas, e que lhe imprime, na qualidade de seu móvel primário e vetor essencial (o lucro), uma direção e ritmo determinados e em conteúdo historicamente específico, ou seja, num ambiente capitalista historicamente determinado. Em outras palavras, trata-se do motor básico da dinâmica capitalista na tradição de Marx e Schumpeter. No entanto, a análise da concorrência deve percorrer as mediações necessárias para passar ao plano das **estruturas de mercado**, para aí captar suas especificidades a partir dos ramos da atividade capitalista que possuem uma determinada individualidade em termos das características distintivas do processo competitivo. Este último, engloba tipicamente determinados elementos básicos que podem compor um quadro de um determinado **padrão de concorrência** para caracterizar as estruturas de mercado.

O conceito de padrão de concorrência, para além dos limites de Steindl, proposto por Possas (1985), pressupõe os seguintes elementos básicos: (1) a inserção das empresas ou de suas unidades de produção na estrutura produtiva - o que envolve desde os requerimentos tecnológicos à utilização dos produtos; e (2) as estratégias de concorrência abarcando as políticas de crescimento das empresas líderes em todos níveis (tecnológico, comercial, financeiro e marketing além das políticas de adaptação aos mercados e de recriação dos mercados). A conjunção desses elementos, a um só tempo estrutural e de decisão das empresas, configura um conjunto complexo de atributos da estrutura de mercado e da estratégia das empresas líderes que nela se inserem, o que acaba refletindo-se no seu funcionamento corrente e desempenho dinâmico.

Assim, o conceito de mercado, enquanto o lugar da concorrência capitalista, é perfeitamente intercambiável com a noção de indústria na teoria da estrutura de mercado. Com isso, a distinção de mercado (produto/demanda) e indústria (produção/oferta), torna-se desnecessária e incoerente na perspectiva da teoria da estrutura de mercado. Assim sendo, os conceitos de indústria e mercado podem ser unificados sob o conceito mais amplo de estrutura de mercado. Os requerimentos tecnológicos da estrutura produtiva envolvem aqueles condicionantes tanto da estrutura produtiva quanto do estado da arte e juntos determinam a existência de um quadro de técnicas diretamente disponíveis ou num horizonte próximo.

Numa perspectiva da estratégia da concorrência de longo prazo, as inovações tecnológicas atuam como uma espécie de arma da concorrência, dentre outras, das empresas oligopolistas. Por isso, o padrão tecnológico, não apenas como requisito estrutural, mas como progresso técnico se inscreve no âmbito das estratégias competitivas das empresas no mercado.

Há ainda duas observações feitas por Possas (1985) que merecem ser consideradas. A primeira diz respeito à relação entre a persistência de barreiras à entrada em determinados setores e a disfunção que ela projeta na tendência a perequação das taxas de lucro. Nesta ótica, as barreiras à entrada criam resistências à plena mobilidade do capital e portanto a tendência dessa taxa de lucro. A outra, refere-se à própria escolha da margem de lucro, e não a taxa de lucro, como referência principal para a indicar o nível das barreiras à entrada no mercado. Os crescimentos da firma e do mercado podem dá lugar aos padrões ou mesmo formas particulares de comportamento dinâmico das estruturas do mercado. Isto sugere também um processo de concentração crescente do mercado, ou de extensão do mesmo, para além dos seus limites mediante a diferenciação de seus produtos e outras estratégias das empresas nacionais. No limite, as empresas oligolistas podem atingir um estado superior rumo a internacionalização e a conglomeração financeira e produtiva.

Por fim, Possas (1985) sugere que uma tipologia mínima de estrutura de mercado, capaz de dar suporte à análise da dinâmica numa economia capitalista moderna, deve atender a dois princípios básicos: (1) os critérios de classificação das diferentes indústrias ou mercados devem dar prioridade àqueles elementos da estrutura técnico-produtiva e do processo competitivo que configurem um padrão de concorrência específico; (2) a classificação deve ser poupadora o suficiente para propiciar uma aplicação analítica proveitosa que contemple os traços gerais, sem se diluir em pormenores que possam por em risco o potencial interpretativo; e convencional o bastante para incorporar o material de pesquisa e reflexão já existente sobre o tema.

Percebe-se, pelo que foi repassado até aqui, que há uma possibilidade de interação dinâmica entre as dimensões tecnológica e comportamental da concorrência nos mercados industriais ou ainda entre as dimensões estrutural e estratégica da dinâmica industrial via inovações tecnológicas¹⁷. Com base nestes critérios, e partindo dos sugestivos tipos de estruturas de mercado de Sylos – Labini (1956) e Tavares (1975) e Pavitt (1982), Possas (1985) define os seguintes padrões de estruturas de mercado¹⁸.

¹⁷A necessidade de elaboração de modelos de simulação setoriais, que captem pelo menos a complexidade dessa interação dinâmica, é fundamental para o estágio atual da microdinâmica schumpeteriana a rumo, após as devidas mediações, a formulação de modelos macrodinâmicos (Silverberg, 1988, p.531-559).

¹⁸Ver também a tipificação de Guimarães (1982)

a) Oligopólio Concentrado:

Este se caracteriza, quanto à forma de competição, pela ausência de diferenciação de produtos já que nesta indústria predominam os produtos essencialmente homogêneos. Além disso, devido à alta concentração técnica, que permite a poucas firmas deterem parcela substancial do mercado, a competição de preços não é um procedimento regular. Na verdade, a disputa pelo mercado é ditada pelo comportamento dos investimentos - tanto à ampliação da capacidade instalada, quanto para a introdução de inovações tecnológicas de processos - em função das previsões do comportamento da demanda.

A alta concentração deve-se a ocorrência de economias de escala e/ou discontinuidades técnicas relevantes que criam significativas barreiras à entrada a concorrentes potenciais, a elevada escala mínima de capital financeiro à realização dos investimentos iniciais, ao controle, em certos casos, da tecnologia e/ou das fontes de seus insumos básicos, ou ainda de uma maior facilidade de acesso a estes¹⁹.

Dependendo da abrangência do mercado ou da indústria, diferentes tecnologias e/ou distintos graus de especialização da produção, implicando tamanho de plantas ou de empresas muito heterogêneos de algumas firmas estabelecidas podem conviver com as grandes em muitos casos. Neste caso das grandes empresas, o fluxo de lucros esperados são mais substanciais para que elas possam enfrentar um programa de investimento de expansão da capacidade produtiva frente às restrições do princípio do risco crescente de um grau de endividamento máximo e um mínimo de liquidez. Em face do tamanho das plantas industriais das firmas de maior porte, as suas condições financeiras, inclusive de acesso mais fácil ao crédito no mercado financeiro, lhes são vantajosas pela ampla possibilidade de valorização financeira do capital dentro do espectro do seu portfólio²⁰.

No que tange a inserção na estrutura produtiva, os oligopólios concentrados são responsáveis pela fabricação de insumos básicos e bens de capital com um mínimo de padronização. Por possuírem alta densidade capital/produto, a escala de investimentos, para a implementação de projetos de longa maturação, pode funcionar como se fosse uma barreira financeira à entrada de concorrentes em face da expectativa de crescimento rápido e prolongada do mercado.

Para compensar, as empresas podem recorrer, transitoriamente, a ampliação do *mark-up* e da taxa de lucro para elevar a capacidade de autofinanciamento²¹. Essas dificuldades podem ser atenuadas por uma política de preços administrados que, dependendo da conjuntura do mercado, pode viabilizar financeiramente a ampliação da capacidade produtiva principalmente se as empresas concorrentes

¹⁹Dependendo do tamanho do mercado ou da indústria, diferentes tecnologias e/ou distintos graus de especialização da produção - implicando tamanho de plantas ou de empresas muito heterogêneos - de algumas firmas estabelecidas podem conviver com as grandes em muitos casos.

²⁰Neste caso das grandes empresas, o fluxo de lucros esperados são mais substanciais para que elas possam enfrentar um programa de investimento de expansão da capacidade produtiva frente às restrições do princípio do risco crescente de um grau de endividamento máximo e um mínimo de liquidez.

²¹Essas dificuldades podem ser atenuadas por uma política de preços administrados que, dependendo da conjuntura do mercado, pode viabilizar financeiramente a ampliação da capacidade produtiva principalmente se as empresas concorrentes adotam o mesmo procedimento, o que reduz os riscos de perdas no mercado.

adotam o mesmo procedimento, o que reduz os riscos de perdas no mercado. Devido a forte reação típica deste oligopólio, em face ao comportamento do mercado, segue a lógica steindliana, isto é, de redução do grau de uso da capacidade produtiva e do investimento - e não pela redução das margens de lucro e conseqüentemente eliminação de capacidade - o que permite manter bem mais estável a estrutura desse mercado. Exemplos desse mercado: indústria siderúrgica e de alumínio.

b) Oligopólio Diferenciado

Este mercado típico se caracteriza pela predominância da diferenciação dos produtos fabricados. A concorrência de preços, embora possa ocorrer, não é uma prática habitual já que este comportamento não só poderia por em risco a estabilidade do mercado, e por conseguinte a própria sobrevivência das empresas, como também porque o esforço de manter as vendas, em patamar elevado, requer *mark up* altos e rígidos à baixa. Ademais, a flexibilização irregular dos preços poderia afetar os altos custos indiretos - devido às altas despesas de publicidade e de comercialização - com os desdobramentos negativos sobre as vendas e/ou o nível de lucros.

A diferenciação do produto, enquanto forma predominante de concorrência, tem implicações na estrutura do mercado e na dinâmica global. Na primeira, dado que a diferenciação esta associada a mercados de bens de consumo duráveis ou não-duráveis, o esforço competitivo está sempre concentrado, para o caso dos produtos existentes, as despesas com publicidade e comercialização ou, no caso da introdução de novos, a investimentos em P&D na expectativa de geração de inovações de produtos tendo em vista determinadas faixas de mercado.

Neste tipo de mercado, as barreiras à entrada erigidas não estão ligadas às economias de escala, indivisibilidades ou ainda a escala mínima de capital, mas sim as economias de escala de diferenciação vinculadas à manutenção de hábitos e marcas pela via dos gastos necessários para conquistar o mercado-o que requer uma contínua renovação dos produtos. As economias de escala diferenciada são mais eficientes por inibirem à entrada de concorrentes potenciais do que pelo tamanho mínimo exigido à planta industrial da empresa para torná-la rentável.

A permanência de gastos de vendas elevados se manifesta pela freqüente mudança qualitativa dos produtos: de um lado, determinada pela redução do ciclo de vida do produto e a necessidade de prolonga-lo o maior tempo possível para a retenção dos ganhos de monopólio e, de outro, pelo lançamento de novos produtos concorrentes que podem acelerar a obsolescência e capturar parte dos lucros de monopólios. Mas, o alto potencial inovador deste mercado, combinado com a ausência de fronteiras definidas, impede a exclusão da possibilidade de entrada de novos concorrentes potenciais ou mesmo de uma relativa concentração em períodos de desestabilização macroeconômica ou ainda de esgotamento do ciclo do produto tornando improvável a manutenção de uma tendência para a estabilidade progressiva do mercado²².

O efeito dinâmico da diferenciação de produto pode ser analisado sob três ângulos: (1) o primeiro, diz respeito ao impacto que um dado nível previsto de vendas, que depende do excesso da capacidade produtiva planejada e da razão capital/produto, provoca sobre o investimento; (2) o segundo, refere - se a projeção da expansão da parcela do mercado de cada empresa que, em particular

nos momentos de crescimento econômico ou de introdução de novos produtos, pode superar o ritmo normal de ampliação do mercado; e, por fim (3), a diferenciação do produto, a partir de uma inovação tecnológica, pode estar incorporando uma tendência dinâmica no mercado. Exemplos desse tipo mercado: as indústrias farmacêutica, de perfumarias e cigarros e bebidas.

c) Oligopólio Diferenciado - Concentrado

Este tem como característica básica combinar os elementos dos dois tipos de oligopólios descritos anteriores. Este *mix* resulta numa forma predominante de competição baseada na diferenciação de produtos, convivendo com economias técnicas de escala mínima, associadas, em maior ou menor grau, a produção dos bens duráveis de consumo que conforma este mercado. Com efeito, o grau de concentração destes mercados são mais elevados do que os do oligopólio diferenciado, podendo até alcançar o nível dos oligopólios concentrados embora com uma densidade da razão capital/produto inferior aos destes últimos.

Aqui as barreiras à entrada aos novos concorrentes podem ocorrer tanto pelas economias técnicas de escala, as mais relevantes, quanto pelas economias de diferenciação. As estratégias de competição que condicionam o modo e o ritmo de expansão destes mercados ocorrem não só através do planejamento do excesso de capacidade instalada para atender certas discontinuidades técnicas e antecipar o crescimento do mercado, mas sobretudo como contrapartida, para fazer frente a uma nova capacidade instalada, do esforço de ampliação do mercado pela diferenciação e inovação de produtos.

Este processo, já descrito, tem como novidade o fato de que, nestes oligopólios mistos, o impacto dinâmico tende a ser potencialmente maior: de um lado, devido ao maior tamanho médio e capacidade financeira das empresas envolvidas que os capacita a um esforço mais intenso de diferenciação e inovação de produtos e, de outro, pelo maior valor unitário destes produtos que os torna destinados aos estratos de renda médios e superiores do mercado e, por isso mesmo, mais susceptíveis de obsolescência acelerada e de renovação constante de modelos para novos nichos de mercado.

A dinâmica desse mercado pode ter efeitos cíclicos sobre a economia, dependendo de como o efeito acelerador reage em função da taxa de crescimento esperada das vendas - ampliando o excesso de capacidade planejada acima do mercado - nos períodos de intensificação do esforço de vendas por diferenciação/inovação ou de expansão da produção mais rápida do que a demanda do mercado. Os exemplos mais significativos advêm das indústrias automobilistas e de algumas indústrias de componentes e acessórios do que nas indústrias eletro-eletrônicas de bens de consumo doméstico.

O comportamento cíclico deste oligopólio, em parte endógeno ao componente dinâmico da demanda efetiva, pode adicionar uma certa dose de instabilidade na economia tanto pelo peso relativo desta indústria, quanto pela sua articulação setorial, capaz de tornar este mercado menos estável, podendo até mesmo, em circunstâncias, atenuar as barreiras à entrada, particularmente se tem em conta a presença, nestes mercados, das grandes empresas transnacionais²³.

²²Possas (1985, p.187)

²³Ver os comentários de Fajnzylber, F. International competitiveness: agreed goal, hard task. Cepal Review. 36.

d) Oligopólio Competitivo

Este é caracterizado pela concentração relativamente elevada da produção, que se manifesta pelo fato de algumas empresas deterem parcela significativa do mercado, e pela possibilidade das grandes empresas recorrerem à competição em preços para ampliarem as suas parcelas num mercado onde coexistem um número considerável de empresas marginais.

Esta configuração de mercado é encontrada em várias atividades, especialmente no setor de bens de consumo não-duráveis inclusive bens alimentares pouco diferenciáveis, têxteis, calçados e vários bens intermediários com pré-requisitos tecnológicos e/ou escalas mínimas de produção cuja possibilidade sistemática de diferenciação de produção seja limitada. A ausência de economias de escala significativas técnicas e de diferenciação e a convivência de tecnologias heterogêneas limitam não só a concentração do mercado, mas também o nível das barreiras à entrada às empresas de qualquer tamanho dificultando, assim, a formação de margens de lucro elevadas.

A política de preços segue as regras do *mark-up*, em geral com liderança, e o ajustamento da demanda, em particular da empresas líderes, ocorrem via controle do grau de utilização da capacidade instalada. A competição de preços se dá sempre que as empresas progressivas, buscando ampliar suas participações relativas no mercado à custa das empresas marginais, promovem uma concentração seja para ajustar em seu proveito a capacidade da indústria a uma queda das vendas, seja para realizar um potencial de crescimento à frente ao oferecido pelo mercado - isto se não houver alternativa para uma diversificação de produto. Neste mercado, ainda mais, a taxa ampliação da capacidade produtiva tende a acompanhar o crescimento exógeno do potencial do mercado, no mesmo ritmo que este tende a apresentar uma estrutura estável, embora com liderança estável, sujeita a uma dinâmica cíclica de concentração, na fase recessiva, e de desconcentração nas fases de ascensão e auge do ciclo econômico²⁴.

Conclusão

A intenção deste ensaio foi de integrar os elementos das teorias da economia industrial, da economia da tecnologia e da estrutura industrial para conformar um modelo aproximativo dos padrões de concorrência em estruturas de mercado para as novas áreas de conhecimento com vistas a uma teoria de cluster como instrumentos para se pensar o desenvolvimento regional. Além disso, este trabalho permitiu que se trouxesse ao conhecimento da comunidade acadêmica, os conceitos, e também as taxonomias postas até aqui, que poderão servir de referência para orientar trabalhos empíricos na área de desenvolvimento econômico da indústria regional.

²⁴Tavares (1975,p.76-77)

Referência

- BAIN, J (1956). Barriers to New Competition. Harvard, U.P, Cambridge, Mass.
- COASE, R.H (1973). The nature of de firm. *Econômica*. v.4, nº16, nov/73.
- DOSI, Giovanni & Orsenigo, Luigi (1988). Coordination and Transformation: an overview of structures, behaviours and change in evolutionary environments. In: *Technical Change and Economic Theory*. (Ed) Dosi, G. et alli. London and New York, Pinter Publishers.
- FAJNZYLBER, F (1989). International competitiveness: agreed goal, hard task. *Cepal Review*. 36.
- GUIMARÃES, Eduardo Augusto (1982). *Acumulação e Crescimento da Firma. Um estudo de organização industrial*. Rio de Janeiro, Zahar.
- KALECKI, Michal (1937). The Principle of Increasing Risk. *Economica*, vol IV, nov.
- PAVITT, K (1982). Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*. v. 13. (mimeo).
- POSSAS, Mario Luiz (1985). *Estruturas de Mercado Em Oligopólio*. São Paulo, Hucitec.
- POSSAS, Mario Luz (1988). *Em Direção A Um Paradigma Microdinâmico: A Abordagem Neo-Schumpeteriana*. Campinas, IE/UNICAMP.
- PORTER, Michel E. (1992). *Vantagem Competitiva*. Rio de Janeiro, Campus.
- ROBINSON, Joan (1979). *Contribuições à Economia Moderna*. Rio de Janeiro, Zahar.
- SCHUMPETER, Joseph A (1982). *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo, Abril Cultural.
- SCHUMPETER, Josef A (1984). *Capitalismo, Democracia e Socialismo*. Rio de Janeiro, Zahar.
- SILVERBERG, G (1988). Modelling economic dynamics and technical change: Mathematical approaches to self-organization and evolution. In: *Technical Change and Economic Theory*. London, Pinter Publishers.
- STEINDL, J (1952). *Maturity and Stagnation of the American Capitalism*. Oxford, Basil Blackwell.
- TAVARES, M.C (1975). *Acumulação de Capital e Industrialização no Brasil*. Rio de Janeiro, UFRJ.
- WILLIAMSON, Oliver E (1989). *The Economic Institutions of Capitalism*. New York, Collier Macmillan.
- WILLAMSON, Oliver E (1991). *Mercados y Jerarquías: su análisis y sus implicaciones antitrust*. México, Fondo de Cultura.