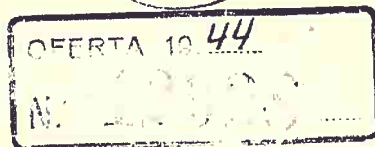


CARLOS ALBERTO VANZOLINI

DA CONCORRÊNCIA MONOPOLÍSTICA

TESE APRESENTADA NO CONCURSO PARA PROVIMENTO DA
CADEIRA N. 19 — ECONOMIA POLITICA; ESTATISTICA APLICADA;
ORGANISACOES ADMINISTRATIVAS — DA ESCOLA POLITÉCNICA
DA UNIVERSIDADE DE S. PAULO



SÃO PAULO — 1943

338.8
V398c
ft e. l



INTRODUÇÃO

Expõe-se no presente trabalho, sob forma simplificada, a teoria da concorrência monopolística, também denominada concorrência imperfeita, lançada há pouco mais de uma década na Inglaterra e nos Estados Unidos da América do Norte, por SRAFFA, Mrs. JOAN ROBINSON e EDWARD CHAMBERLIN, considerados todos, a justo título, representantes da Escola de Cambridge.

Essa teoria teve a fortuna pouco vulgar de ser, em poucos anos, recebida na ciência econômica e incorporada ao seu ensino, com sucesso tal que até as obras didáticas recentemente editadas não deixam de apresentá-la ao lado da formulação clássica da teoria dos preços.

Tal favor é devido aos seus méritos intrínsecos pois, a-pesar-de se ressentir, em muitos pontos, dos defeitos inerentes à doutrina da Escola em que se originou, representa um tão notável avanço — conceitual e técnico — da teoria dos equilíbrios particulares, que chega a ser considerada o passo mais importante até hoje dado para a aproximação desta à do equilíbrio geral.

Dela pode-se dizer o que já se disse da teoria da utilidade marginal, isto é, que “estava no ar” há algum

tempo, tendo sido encontrada simultâneamente por vários investigadores.

De fato, o que ocorreu nos últimos decênios do século XIX — período decisivo para constituição da economia pura — com a formulação, simultânea e independentemente, por JEVONS, WALRAS e MENGER, da teoria da utilidade marginal, repetiu-se há menos de 20 anos com o quasi coincidente aparecimento, na Inglaterra e nos Estados Unidos da América do Norte, da teoria da concorrência monopolística. A primeira nasceu da pesquisa de “nova explicação do valor”, por serem julgadas insatisfatórias as teorias existentes; gerou-se a segunda pelo descontentamento dos economistas com a teoria dos preços então dominante, fundada essencialmente na hipótese da concorrência livre e no jôgo de dois grupos sintéticos de fôrças, representados simplificadaamente pela oferta e pela procura, cujo equilíbrio determina as quantidades e os preços dos bens adquiridos no mercado.

Na verdade, a teoria em aprêço considerava também em outro extremo, oposto ao da concorrência, o caso do monopólio, tratando-o com critério inteiramente diverso e isolando-o, a bem dizer, como um elemento patológico, que se apresentava em caráter quasi excepcional. Também, mas nem sempre e só em lugar de secundária importância, mencionava a hipótese do duopólio, da qual COURNOT ⁽¹⁾ foi o pioneiro.

(1) COURNOT — *Recherches sur les Principes Mathématiques de la Théorie des Richesses* — Paris — Rivière & Cie. — 1938. (Reimpresão da edição original de 1838).

A concorrência era sempre, tácita ou explicitamente, atribuído lugar proeminente, por ser considerada o caso comum, muitíssimo mais freqüente que o monopólio.

Esses, pois, os dois tipos fundamentais de mercado, os quais, entretanto (os próprios expositores da teoria sempre o admitiram), mui difficilmente podem realizar-se na prática, principalmente a concorrência, por virtude das “imperfeições do mercado” — assimiladas a “atritos” ou “falta de fluidez” dos fatores da produção ou devidas a ser pequeno, natural ou artificialmente, o número de concorrentes.

Os casos “reais” ficavam, pois, vagamente situados entre a concorrência e o monopólio, avizinhandose mais de um ou de outro, segundo as suas peculiaridades. As conclusões teóricas adaptaram-se, portanto, muito mal aos fatos que a teoria pretende explicar e daí a acusação de “irrealismo” continuamente assacada à teoria econômica.

Mas não foi só nesse terreno que surgiram as dificuldades em relação à teoria da concorrência. Os próprios economistas sentiram graves incompatibilidades lógicas dentro do sistema, além das profundas discordâncias entre as premissas e os fatos concretos. Delas passaremos a nos ocupar, após sumária revisão das teorias em foco.

Tais objeções aplicam-se especialmente à teoria estática denominada dos equilíbrios particulares, formulada, desenvolvida, sustentada e aplicada na interpretação dos fenômenos econômicos por ALFRED

MARSHALL, seus discípulos e sucessores, que constituem a Escola de Cambridge.

A muitas delas, mas não a todas, escapa, como se verá, a teoria do equilíbrio geral da Escola de Lausanne, especialmente o seu principal monumento: o sistema de VILFREDO PARETO.

Na exposição que empreendemos, que julgamos ser a primeira feita no Brasil, procurámos pôr em evidência os pontos fundamentais da teoria, comparando-os com os das existentes e apontando os rumos que se esboçam.

Pela própria natureza do assunto, fomos obrigado a descer em muitos pontos a minúcias e exemplificações que talvez destoem do tom acadêmico que mais convém a uma tése. Mas, como já dissemos e pelo desenvolvimento da matéria se verificará, é a própria teoria da concorrência monopolística que, considerando mui objetivamente as realidades dos mercados, obriga, ao menos na fase inicial de sua exposição — a diferenciação de produto —, a ser bastante chão.

Essa caraterística, que constitue mérito incontestável da teoria, talvez se tenha transformado em defeito nestas páginas pelo feitio pessoal do autor e pelo hábito profissional adquirido no ensino dos elementos da ciência econômica, mas, a nosso ver, é preferível sacrificar a elegância formal à clareza, mórmente quando se trata de apresentação de assunto novo.

No capítulo I julgámos útil, antes de resumir as mencionadas objeções, recapitular, para tornar mais fáceis as comparações, os pontos fundamentais da

teoria dos equilíbrios particulares de acôrdo com sua mais recente formulação, para a qual, diga-se de passagem, também contribuiu a teoria da concorrência monopolística com o esclarecimento de certos conceitos fundamentais e o aperfeiçoamento dos instrumentos analíticos.

À teoria do equilíbrio geral só fizemos as referências que se tornaram necessárias, afim de não alongar demasiadamente essa parte preliminar.

CAPÍTULO I

PRELIMINARES

1. — A CONCORRÊNCIA NA TEORIA DOS EQUILÍBRIOS PARTICULARES

Os equilíbrios particulares são referidos à entidade “indústria”, que MARSHALL isolou no sistema econômico como unidade fundamental, à qual se referem as condições finais de equilíbrio relativas a qualquer produto. A “empresa”, ao contrário do que ocorre na teoria do equilíbrio geral, é posta em segundo plano.

O conceito de “indústria” corresponde ao grupo de empresas que produzem um produto homogêneo ou um conjunto de produtos que são, uns em relação aos outros, substitutos próximos ⁽²⁾. A hipótese da concorrência pura em uma indústria se verifica quando:

(2) A escolha da indústria como elemento fundamental para o estudo do equilíbrio justifica-se, diante da limitação dos recursos analíticos da teoria que a perfilha, pela necessidade de reduzir o problema a dimensões adequadas ao instrumento, considerando apenas, dentre as inúmeras variedades de relações entre empresas concorrentes, as que parecem mais simples e evidentes, isto é, as que se desenvolvem entre empresas que apresentam maior semelhança tecnológica. Ora, tal semelhança de produtos nem sempre representa o aspecto mais importante do ponto de vista da análise econômica. Em outras palavras, este critério, arbitrário como todo critério de classificação, não é o mais satisfatório no caso.

a) o produto é absolutamente homogêneo na opinião dos compradores, de forma que, para estes, a escolha do vendedor é absolutamente indiferente, desde que o preço seja uniforme ou, melhor, somente um preço mais baixo constituirá razão para um vendedor ser preferido a outro;

b) o número de vendedores é grande, no sentido de que a quantidade que qualquer deles pode vender constitui parcela tão insignificante da oferta total presente no mercado, que a nenhum é dado por si só influir sobre o preço, variando a quantidade que oferece; em suma, o vendedor aceita o preço do mercado para a venda do seu produto, sem tentar alterá-lo.

Estas condições traduzem-se gráficamente, para cada vendedor, pela horizontalidade, ou, melhor, pelo paralelismo ao eixo das abcissas (elasticidade infinita), da curva de procura de seu produto, curva essa que, para evitar confusões, denominaremos “curva de procura da empresa”.

Tal forma da curva de procura da empresa exprime que esta pode vender todo o seu produto pelo preço do mercado, que por um preço ligeiramente superior nada venderá e que não encontra vantagem em vender por preço inferior, pois, como já se disse, venderá tudo pelo preço do mercado.

Nos períodos breves (MARSHALL), quando se trata de bem já produzido, existente em quantidade fixa, o preço do mercado e a quantidade adquirida são determinados pelas coordenadas do ponto de encontro das curvas da oferta e da procura ⁽³⁾ relativas ao período considerado, sendo êsse um ponto de equilíbrio estável.

Nos períodos médio e longo (MARSHALL), quando entra em consideração o custo de produção, torna-se necessário estudar separadamente o equilíbrio de cada empresa e o da indústria.

Em qualquer dos três casos (períodos breve, médio e longo) adota-se a hipótese fundamental de que a empresa procura tornar máximos os seus lucros ou mínimos os prejuízos. Além disso, supõe-se livre a entrada, bem como a saída, de qualquer empresa no mercado.

Nessas condições, no período médio atinge-se o equilíbrio momentâneo de cada empresa quando o custo marginal iguala o preço (que, no caso da concorrência

(3) Na teoria do equilíbrio particular a procura relativa a um período determinado é representada por uma lista (tabela) que indica, dentro da hipótese "coeteris paribus", qual a quantidade adquirida ao vigorar cada um dos preços nela incluídos. Em suma, é uma tabela do

Preços / Quants.	
p_1	q_1
p_2	q_2
.	.
.	.
p_n	q_n

tipo infra, na qual se lê: Se o preço for p_1 será adquirida a quantidade q_1 ; se for p_2 , será adquirida a quantidade q_2 , e assim por diante. A curva de procura traduz gráficamente essas relações. "Mutatis-mutandis", definir-se-ão a oferta e a curva da oferta.

Neste resumo, expomos a teoria da concorrência no estado atual, isto é, com os aperfeiçoamentos que recebeu por influência da teoria da concorrência monopolística. Não se trata, pois, de exposição puramente marshalliana.

pura é igual à receita marginal) (4) (fig. 1). Nesse ponto a quantidade produzida é tal que os prejuízos serão mínimos (se o preço OP_3 for inferior ao custo unitário mínimo $A_2M_2=OP_2$) (5) ou os lucros normais (se o preço OP_2 for igual ao dito custo unitário A_2M_2) ou mesmo máximos (se o preço OP_1 for superior ao mesmo custo unitário A_2M_2); evidentemente, tais máximos e mínimos não são absolutos, são apenas relativos ao preço vigente.

Quando o preço é igual ao custo unitário mínimo A_2M_2 (lucros normais) a curva de procura da empresa (reta horizontal) é tangente à curva dos custos unitários em seu ponto mais baixo; nessas condições a produção atinge o seu nível ótimo, pois o custo unitário é mínimo.

Em suma, no caso de que se trata, para a empresa a curva da procura é a reta horizontal do preço e a da oferta é a curva do custo marginal (mm') no trecho acima do mínimo custo variável unitário ($M_1'M_1$, na fig. 1).

(4) Custo marginal relativo a " $n + 1$ " unidades é a diferença entre o custo total de $n + 1$ unidades e o de n .

Receita marginal relativa a $n + 1$ unidades é a diferença entre a receita obtida com a venda de $n + 1$ unidades e a obtida com a venda de n . A expressão exata do valor marginal de $u = f(q)$ é $m = \frac{du}{dq}$.

(5) Denominamos eliticamente "custo unitário" o custo unitário médio isto é, o quociente $\frac{D}{S}$ do custo total de produção (D) da quantidade (S) por essa mesma quantidade (S). No custo está sempre incluído o lucro mínimo que é necessário para reter o empresário na indústria em aprêço.

O ponto de equilíbrio da indústria é fixado pelo encontro da curva da procura, que é um dado do mercado, com a da oferta, cujas abcissas, correspondentes a cada preço, representam a soma das abcissas, relativas ao mesmo preço, das curvas dos custos marginais das empresas que constituem a indústria ⁽⁶⁾.

Nos períodos longos, quando cada empresa já pôde se ajustar às dimensões ótimas que lhe forem adequadas (estamos sempre dentro da hipótese estática), isto é, às dimensões que correspondem ao mínimo custo unitário, o preço do mercado será sempre igual a este último, no qual também está incluída, quando existir, a renda, pois, em virtude de conhecida relação:

$$\text{Preço} = \text{receita marginal} = \text{custo marginal} = \text{custo unitário mínimo}.$$

As outras duas situações, preço superior ou inferior ao custo unitário mínimo, não são de equilíbrio estável para a indústria, pois, na primeira, em face dos lucros anormais, se verificará afluxo de novas empresas e na segunda, a persistência dos prejuízos (mesmo reduzidos ao mínimo compatível com o preço vigente) acarretará a desistência das empresas de menor resistência ou que tiverem melhores oportunidades alhures. Dessarte, o preço será reconduzido ao nível do custo mínimo, o qual, como ficou dito, desde que a renda já se acha incluída, é o mesmo para todas as empresas.

A curva da oferta será então a do custo médio

(6) Será ΣOA_1 , por exemplo, para o preço OP_1 .

mínimo, incluindo a renda, e a da procura será a reta horizontal do preço do mercado.

O ponto de equilíbrio da indústria fixa-se pelo encontro da curva da procura (que, como sempre, é um dado do mercado) com a da oferta, cuja forma variará de acôrdo com a natureza da indústria e a escassez ou abundância de fatores da produção. Se não houver escassez, sendo já as firmas de dimensões ótimas, o aumento da produção se fará através do aumento do número de emprêsas, todas de dimensões ótimas e com o mesmo custo unitário mínimo. Teremos então indústria a custos constantes e curva de oferta horizontal.

Se houver escassez de fatores, a expansão da indústria se fará com elevação de custos, quer para as novas emprêsas, quer para as já existentes e teremos então indústria a custos crescentes cuja curva da oferta será inclinada positivamente. “*Mutatis-mutandis*” teríamos indústria a custos decrescentes, caso aliás sem importância na prática e incompatível com a concorrência pura, como adiante veremos.

2. — O MONOPÓLIO NA TEORIA DO EQUILÍBRIO PARTICULAR

Monopólio, por definição e etimològicamente, significa que uma só emprêsa fornece ao mercado (acrescentemos: um produto que não tem substitutos próximos). As condições que o definem são a negação das correspondentes relativas à concorrência pura:

a) produto inteiramente diferente das demais empresas;

b) um único vendedor no mercado, isto é, exclusão da entrada de qualquer outro.

Portanto, monopólio significa domínio da oferta e, conseqüentemente, do preço ou da quantidade vendida. Fixado um destes elementos, o outro é imposto pela procura, sobre a qual o monopolista nenhuma influência exerce (7).

Evidentemente, no caso do monopólio, as duas entidades, empresa e indústria, se confundem e a condição de equilíbrio passa a ser uma só: quantidade produzida fixada pela igualdade entre receita marginal e custo marginal (8). A curva de procura do monopolista não é, tal como para a empresa em regime de concorrência pura, perfeitamente elástica, isto é, uma reta paralela ao eixo das abscissas, mas se confunde com a própria curva de procura existente no mercado para o seu produto. E a curva da receita marginal, ao contrário do que se dá na concorrência pura, destaca-se e está sempre abaixo da curva da procura (PP') (que, por analogia com a do custo unitário, poderemos também chamar "curva da receita média") fig. 2. A curva da oferta confunde-se, evidentemente, com a do custo marginal, excluía a renda.

(7) A teoria clássica não considera a propaganda e as despesas para "intensificar as vendas" (no sentido de aumentar a procura). Dêsse assunto trataremos mais adiante.

(8) MP' curva do custo marginal; PP' curva da receita marginal.

Se considerássemos as curvas das receitas e dos custos totais chegaríamos à mesma conclusão: o lucro máximo do monopolista verificar-se-á em relação à abscissa (quantidade produzida) que corresponde à máxima ordenada compreendida entre as duas curvas (receita e despesa), mas essa ordenada passa exatamente pelos pontos em que as tangentes às duas curvas são paralelas e, nesses pontos, evidentemente, os coeficientes angulares das duas tangentes são iguais; tendo presente que esses coeficientes angulares são justamente a receita e o custo marginais, recaímos no mesmo princípio.

Na obtenção dos serviços dos fatores da produção, por sua vez, o monopolista não se encontra na situação do empresário em concorrência pura, pois este, por definição, só adquire parcela ínfima da oferta total de cada fator, ao passo que o primeiro pode ser até, em certos casos, o único comprador de alguns de tais serviços e em outros exercer influência preponderante no respectivo mercado. Esse fato, que pode acarretar o encarecimento dos fatores quando aumentar a procura, traduzir-se-á por mais forte inclinação da curva do custo marginal.

Nessas condições, o monopolista deve lidar — quer do lado da aquisição de serviços de fatores produtivos, quer do da venda de seu produto — com curvas imperfeitamente elásticas, isto é, deve ocupar-se com preços e quantidades, ao mesmo tempo. Na concorrência pura, sendo perfeitamente elásticas tais curvas, só há que cogitar de preços de produto e de fatores.

Diz-se, de um modo geral, que o monopólio conduz à produção de quantidades menores e ao estabelecimento de preços mais elevados do que os que seriam produzidos e estabelecidos em regime de concorrência pura, mas, na verdade, salvo raríssimas exceções, tais comparações entre os dois regimes não têm sentido.

3. — RESUMO

a) Em regime de concorrência pura as condições de equilíbrio são:

- para a empresa, a igualdade do custo marginal à receita marginal (que é constante e igual ao preço); assim é fixado o volume de produção que assegura o máximo lucro compatível com o preço vigente;
- para a indústria, não haver motivo para aumento ou redução do número de empresas, nem para que estas expandam ou contraíam a sua produção.

A primeira condição, para corresponder ao lucro máximo, deve ser completada por outra relativa ao modo de crescimento da receita marginal: este deve ser menor (ou o decréscimo maior) que o crescimento (que o decréscimo) do custo marginal; em outras palavras, a curva do custo marginal deve cortar a da receita marginal de baixo para cima. Ora, no caso da concorrência pura, sendo a curva da receita marginal paralela ao eixo das abcissas, essa condição impõe que

o custo marginal, na zona de equilíbrio, seja crescente (9).

A segunda condição impõe que as empresas tenham as dimensões ótimas e trabalhem no nível ótimo de produção (preço = receita marginal = custo unitário mínimo) (10); além disso, a fixação do ponto de equilíbrio na intersecção das curvas de oferta e de procura do mercado exprime que a receita total iguala o custo total (incluída a renda) para toda a indústria.

b) Em regime de monopólio, as duas condições são condensadas em uma só: a igualdade do custo marginal à receita marginal, que fixa o volume de produção correspondente ao máximo lucro do monopolista.

Em suma: na concorrência pura o preço de equilíbrio é o que nivela a oferta à procura e tende para o custo da produção (períodos longos); no monopólio, é o que torna máximo o lucro do monopolista.

Como é fácil ver, não existe diferença fundamental entre o modo de agir da empresa em regime de concorrência pura e o da monopolista. Ambas procuram elevar ao máximo os seus lucros ou reduzir ao

(9) Esse fato explica porque, em regime de concorrência pura, a curva de procura da empresa pode ser perfeitamente elástica (horizontal), possibilitando a variação e venda de toda a produção ao preço do mercado, sem influir sobre esse preço: é que a expansão da produção da empresa sofre a limitação imposta pela intersecção da curva ascendente do custo marginal com a reta horizontal que representa a curva de procura da empresa (e também a receita marginal). A definição da concorrência pura acarreta a definição simultânea das curvas de procura da empresa e de custo.

(10) A mesma condição acima impõe que a curva dos custos unitários seja tangente à da procura da empresa e fique, em relação a esta, do lado dos Y positivos.

mínimo os prejuizos e o fazem da mesma forma. Apenas a diferença de circunstâncias — a presença ou ausência de concorrentes — conduz a resultados diferentes.

Outro ponto importante até agora não mencionado, mas que convém evidenciar, é o relativo à terminologia, pois tem sido responsável por grande parte da confusão ainda há pouco reinante na matéria.

As denominações “concorrência livre”, “concorrência perfeita”, “concorrência completa”, “concorrência ilimitada”, “concorrência efetiva”, “concorrência pura” e, simplesmente, “concorrência” têm servido para designar ora as mesmas, ora situações diferentes de mercado, quasi sempre mal definidas.

Certos autores subentendem com a denominação de concorrência (simples, livre, perfeita etc.) apenas a rivalidade de grande número de vendedores ou de compradores. Outros adicionam a essa condição as de entrada e saída livres do mercado; de perfeito conhecimento das condições presentes e futuras deste, bem como das intenções dos concorrentes; de plena liberdade de contratar; de perfeita mobilidade dos fatores da produção e das próprias mercadorias; de não existência de conluíus ou discriminações em relação a vendedores ou compradores; etc.

PARETO ⁽¹¹⁾ e PIETRI TONELLI ⁽¹²⁾ empregam, no estudo da troca, a designação “concorrência” para

(11) *Manuel d'Économie Politique* — Paris — Giard — 1927, pg. 163-167.

(12) *Lezioni di Scienza Economica Razionale e Sperimentale* — Padova — Cedam — MCMXXI, pg. 64-65.

o tipo de contrato, no qual o indivíduo age procurando a máxima satisfação de seus gostos dentro das condições vigentes no mercado, que ele aceita sem tentar alterá-las, a-pesar-de, pelas suas operações, contribuir para a sua modificação (êste é o resultado e não o objetivo das ações individuais). Êste tipo se apresenta tanto mais nítido quanto “mais extensa e perfeita for a concorrência”.

Na produção, “concorrência completa” (PARETO) (13) e “concorrência perfeita ou limitada” (PIETRI TONELLI) (14) designam o regime de custos decrescentes (ou rendimentos crescentes), isto é, a situação em que o produtor é levado a expandir indefinidamente a produção, se as outras condições do problema não lhe impuserem um ponto terminal. Para Mrs. J. ROBINSON (15) a “concorrência perfeita” é caracterizada pela perfeita elasticidade da curva da procura de cada empresa, daí decorrendo as duas condições (*a* e *b*) da pág. 11 que nos serviram para definir a concorrência pura.

CHAMBERLIN (16) impôs ordem em meio a essa confusão, separando nitidamente conceitos distintos e de graus diferentes de complexidade que haviam sido misturados. Para êsse fim:

(13) *Ibid.* pg.185.

(14) *Ibid.* pg. 135-138.

(15) *The Economics of Imperfect Competition* — London-MacMillan — 1938 — pg. 18.

(16) *The Theory of Monopolistic Competition* — Cambridge-Harvard University Press — 1939.

I — criou a denominação “concorrência pura”, por nós já empregada à página 10, para definir a situação de concorrência inteiramente isenta de elementos monopolísticos, isto é (“repetita juvant”), aquela na qual

a) os produtos de todos os vendedores são perfeitamente homogêneos na opinião dos compradores; e

b) o número de vendedores é grande, de forma que nenhum deles pode, por si só, exercer qualquer influência sobre o preço;

II — reservou a designação “concorrência perfeita” para indicar certas situações de concorrência nas quais, além dos dois atributos acima especificados, estejam presentes os outros há pouco mencionados, os quais, de acôrdo com a natureza da questão, servem para caraterizar as condições ideais (ou de perfeição) do mercado. Dentre êles destacamos a ausência de atritos (perfeita mobilidade ou “fluidez” dos fatores da produção), necessária para a adoção da hipótese do ajustamento instantâneo às novas situações; o perfeito conhecimento das condições presentes e futuras do mercado (ausência de incerteza); a plena liberdade de contratar (quantidades, preços, condições), bem como de transportar as mercadorias de um ponto para outro do mercado.

CHAMBERLIN salienta, muito a propósito, que essas condições ideais, ou de perfeição, do mercado, podem existir tanto em regime de concorrência como

de monopólio. Assim, o mercado do trigo, a-pesar-de estar em regime de concorrência pura, é assaz “imperfeito”, pois os preços que nele vigoram aproximam-se mui grosseiramente do preço normal. De outro lado, o perfeito conhecimento, as facilidades de ajustamento etc., podem ser comumente encontrados em mercados monopolísticos.

4. — OBJEÇÕES CONTRA A TEORIA DA CONCORRÊNCIA (SRAFFA)

Como já se disse na Introdução, não foram apenas as objeções conexas com a “imperfeição” dos mercados que geraram o mal estar reinante em relação à teoria do valor de concorrência. Graves incompatibilidades lógicas, relacionadas com a definição e construção da curva da oferta, tornadas patentes através de várias publicações, ainda mais acentuaram a necessidade de uma revisão de princípios. O climax desse movimento foi marcado pela publicação do célebre artigo de PIERO SRAFFA “The Laws of Returns Under Competitive Conditions” no *Economic Journal* (17). Com efeito, a oferta de uma indústria nada mais é do que a soma das ofertas das empresas que a compõem, ofertas essas que são representadas pelas curvas de

(17) *Economic Journal* — Vol. XXXVI (1926). O original, em italiano, desse artigo encontra-se a pg. 591-604 do Vol. IV da *Nuova Collana di Economisti* — Torino — UTET — 1937 sob o título *Le Leggi della Produttività in Regime di Concorrenza*. Dêste foram tiradas as nossas referências.

custos individuais. Ora, essas curvas de custos são construídas sobre a base fornecida pelas leis da produtividade crescente e da produtividade decrescente — hoje mais adequadamente denominadas “lei das proporções variáveis” e “lei dos rendimentos relativos à escala” — as quais com frequência deixam de ser rigorosamente aplicáveis dentro dos limites fixados pelas premissas próprias da teoria dos equilíbrios particulares ou então impõem novas condições incompatíveis com tais premissas. Assim, por exemplo, em se tratando da lei das proporções variáveis (rendimentos decrescentes ou custos crescentes) verifica-se facilmente, no caso de indústrias que empregam somente pequena parcela do fator existente em quantidade constante, que os aumentos de procura são atendidos com o deslocamento de doses marginais do mesmo fator empregadas em outras indústrias, e não com a intensificação de seu uso; dessarte, o fator não poderá considerar-se limitado para tais indústrias e não haverá lugar, portanto, para aplicação da referida lei. O mesmo acontece em relação aos períodos longos, nos quais dificilmente se pode considerar absolutamente fixo o suprimento de um fator. De outro lado, quando a indústria em aprêço emprega grande parte do fator que existe em quantidade constante, um pequeno aumento da procura só poderá ser atendido mediante utilização intensiva de tal fator, o que modificará, ao mesmo tempo, o custo do produto considerado e o daqueles em cuja produção também é empregado em es-

cala apreciável o mesmo fator; ora, se os produtos assim atingidos forem substitutos do primeiro, o que não é improvável, dada a hipótese de necessitarem em larga escala do mesmo fator (ex.: produtos agrícolas, em relação à terra), a modificação de seu preço não deixará de influir sobre a procura na indústria considerada.

Portanto, a curva da procura não é independente da oferta, mesmo em face de pequenas variações, a condição "coeteris paribus" não se realiza e, conseqüentemente, não é possível aplicar o método dos equilíbrios particulares.

Mrs. J. ROBINSON ⁽¹⁸⁾ julga que tal situação poderá remediar-se, desde que se conheçam os efeitos produzidos sobre a oferta dos demais produtos pela mudança na procura do primeiro, bem como a influência que sobre esta procura exercerão as alterações induzidas nos preços de tais produtos; nessas condições seria possível traçar novamente a curva da procura correspondente a cada um dos estados da indústria. Mas o próprio enunciado da solução proposta por Mrs. ROBINSON evidencia a sua impraticabilidade. Sobre, portanto, para a aplicação da lei das proporções variáveis apenas o campo das indústrias que empregam a totalidade de um fator e cujos produtos tenham uma procura homogênea e independente da oferta.

De outro lado, se se considerar a lei dos rendimentos relativos à escala da indústria ver-se-á que as

(18) *Loc. cit.*, pg. 117-118.

economias internas (MARSHALL) (19) e as relacionadas com a distribuição das despesas fixas sobre um número crescente de unidades não podem ser levadas em conta, por serem incompatíveis com a concorrência, pois custos continuamente decrescentes com a expansão da produção conduzem ao monopólio ou ao oligopólio (20). Por sua vez, as economias e as “deseconomias” externas (MARSHALL) (21), por serem inseparáveis das condições inerentes a vastos grupos de indústrias conexas não podem ser levadas em conta no estudo dos equilíbrios particulares sem infração da hipótese “coeteris paribus”. Além disso, tais economias não podem ser provocadas por pequenos aumentos de produção.

Em suma, em relação à teoria da concorrência, também é pequeno o campo de aplicação da lei dos rendimentos relativos à escala, pois se reduz às economias internas derivadas da especialização e aumento de dimensões das empresas, realizadas dentro de certos limites e possibilitadas pelo crescimento de toda a indústria. Tais economias poderíamos chamá-las “externas - internas”, pois provêm do aumento de dimensões da empresa provocados exclusivamente pelo crescimento da indústria. Diante dessas considerações conclue SRAFFA que, para o caso de pequenas variações

(19) *Principles of Economics* — 8.^a ed. — Mac Millan — Livro IV — Cap. X a XIII.

(20) Esse aspecto já ficou elucidado, sob outro ponto de vista, na nota (9) da pag. 19.

(21) *Ibid.* pg. 441.

da produção, a hipótese mais provável é ainda a dos custos constantes. Entretanto, a opinião verdadeiramente razoável sobre o assunto, é, a nosso ver, a de Mrs. ROBINSON: somente a estatística poderá dizer a palavra definitiva.

As indisfarçáveis dificuldades apontadas, as frequentes incompatibilidades acarretadas pela hipótese “*ceteris paribus*”, revelam a insuficiência da teoria dos equilíbrios particulares e a incontestável superioridade conceitual da teoria do equilíbrio geral. Mas, infelizmente, como bem acentua SRAFFA, devido à sua complexidade, não podemos, no estado atual dos nossos conhecimentos, empregá-la com sucesso. Aliás, a verdade é que ainda não conseguimos aplicar à realidade nem mesmo outros esquemas muito mais simples.

Não se detendo apenas nesse aspecto relativo à oferta, mostra SRAFFA também que na prática não se vislumbra, em vastos setores, a realização de duas condições fundamentais da concorrência pura, a saber:

- a) que cada vendedor não possa influir por si só sobre o preço e que deva considerá-lo constante, qualquer que seja a quantidade de produto por ele lançada no mercado;
- b) que cada produtor, quando se achar em equilíbrio, deverá estar produzindo em regime de custos crescentes. ⁽²²⁾.

(22) Ver nota (9) pg. 19.

A observação demonstra que grande número de empresas, principalmente as pertencentes às indústrias transformadoras, trabalham em regime de custos decrescentes e, a-pesar-de se considerarem em plena concorrência com outras empresas rivais, não limitam as suas vendas pelo temor de encontrarem custos de produção crescentes, mas, apenas, por saberem que só poderão vender mais se baixarem os preços ou, no caso de quererem mantê-los, se arcarem com certas despesas adicionais (propaganda, facilidades de crédito, etc.). Nenhuma dessas empresas deixaria de ampliar continuamente a sua produção, se tivesse a certeza de poder vendê-la toda ao preço corrente, pois, dentro de largos limites, trabalharia com custos cada vez mais baixos e, portanto, com lucros cada vez maiores. Em suma, a curva de procura de cada empresa, mesmo em concorrência com outras, não é perfeitamente elástica, como o supõe a teoria da concorrência pura; na verdade é uma curva inclinada negativamente, tal como a da procura geral do mercado.

Esta constatação levou SRAFFA a concluir que, na realidade, os compradores não são indiferentes em relação aos vendedores e que o mercado pode estar em equilíbrio estável, mesmo em situação de concorrência, com curvas de procura individuais imperfeitamente elásticas. Isto significa que o mercado geral da indústria se fraciona numa série de mercados particulares, pertencentes cada um deles a uma empresa.

Por conseguinte, existem tipos de concorrência que não são “puros”, que apresentam pontos de semelhança com o monopólio, mas que não representam apenas estados intermediários entre a concorrência pura e o monopólio, criados pelas “imperfeições do mercado” do gênero dos atritos, de que já falámos. Se assim fôsse, aconteceria o que afirma a teoria: ao cabo de longos períodos êsses atritos seriam eliminados e a ação das forças permanentes da concorrência pura predominaria. Entretanto, tal não se dá; as forças que quebram a unidade do mercado não são forças passivas (atrutos), mas verdadeiras “forças ativas que produzem efeitos permanentes e até mesmo cumulativos e que, além disso, são dotadas de estabilidade suficiente para permitir que se tornem objeto de análise baseada em condições estáticas”. (23).

Juntando as razões colhidas no estudo da oferta às acima expostas, conclue SRAFFA pela necessidade de abandonar, na teoria econômica, o trilho da livre concorrência, que reputa estéril, para enveredar pelo do monopólio. Para reforçar suas razões, indica os motivos que levam cada grupo de compradores a preferir certos vendedores, enumerando: — hábito antigo, relações pessoais, confiança na qualidade do produto, proximidade do estabelecimento, conhecimento das suas preferências e necessidades pessoais, possibilidade de obter crédito, prestígio de marca de fábrica ou de um

(23) SRAFFA, *Loc. cit.* pg. 597.

nome de alta tradição, peculiaridades de desenho ou de certo modelo, etc. Dessarte, a-pesar-de não ser um produto absolutamente diferente, isto é, destinado a satisfazer uma necessidade especial, passa êle a se distinguir dos que são vendidos pelas emprêsas concorrentes.

Essa preferência se manifesta na prática pela disposição em adquirir o produto sòmente de um determinado vendedor, se o preço for o mesmo, e até em pagar algo mais para obtê-lo de tal vendedor.

Essa sub-divisão do mercado geral em mercados individuais, dentro de cada um dos quais domina uma emprêsa, constitue o ponto de contacto com o monopólio. Com efeito, mesmo elevando um pouco o seu preço, nenhuma emprêsa que opera nessas condições perderá toda a sua clientela; reciprocamente, mesmo baixando-o, não conseguirá nenhuma emprêsa conquistar toda a clientela dos demais concorrentes que venderem mais caro. Esse grau de domínio sôbre o mercado particular depende, tal como para o monopolista comum, do índice de elasticidade da procura de seu produto.

Nesse ponto deixou SRAFFA, em 1926, a sua análise. (24).

(24) Na verdade, adicionou-lhe algumas considerações tendentes a demonstrar que, sendo decrescente a elasticidade da procura, o equilíbrio não é indeterminado como se supõe geralmente que o seja no caso do monopólio múltiplo (oligopólio).

5. — A TEORIA DA CONCORRÊNCIA MONOPOLÍSTICA DE CHAMBERLIN

Ao mesmo tempo que SRAFFA, desenvolveu CHAMBERLIN a sua teoria da concorrência monopolística. O paralelismo conceitual das duas teorias é realmente notável; entretanto, deve-se reconhecer que a elaboração de CHAMBERLIN é mais profunda e completa ⁽²⁵⁾. A CHAMBERLIN deve-se a criação dos nomes “concorrência pura” ⁽²⁶⁾, “concorrência monopolística” e “diferenciação de produto” geralmente adotados na ciência econômica para definir conceitos, também já incorporados ao acervo desta ciência, em cuja elaboração o seu criador foi “magna pars”.

Tal como SRAFFA, CHAMBERLIN reconheceu a existência de considerações, das mais variadas espécies, que induzem os compradores a preferir determinados vendedores e deu a êsse fato o nome de “diferenciação de produto”.

Segundo suas próprias palavras: ⁽²⁷⁾

(25) Em 1933, CHAMBERLIN publicou a sua obra *Theory of Monopolistic Competition* (Cambridge — Harvard University Press), na qual desenvolve a matéria contida em sua tese de doutoramento (apresentada em Harvard a 1.º de abril de 1927), e que se tornou obra clássica na matéria. Em 1938 foi publicada a 3.ª edição. Nossas referências são feitas à 2.ª tiragem dessa 3.ª edição (1939).

(26) Ver pg. 10 e 11.

(27) *Loc. cit.* pag. 56 — tradução do autor.

“Uma classe de produtos é diferenciada quando existe qualquer base de importância para distinguir os bens (ou serviços) de um vendedor dos de outro. Não importa que seja real ou imaginária, basta que tenha certa importância para os compradores e acarrete a preferência por uma variedade de produto sobre outra. Onde existir tal diferenciação, mesmo que seja ligeira, compradores e vendedores não serão mais emparceirados pelo acaso, sem prévio ajuste (tal como na concorrência pura), mas de acordo com as preferências daqueles.”

A diferenciação pode manifestar-se de duas maneiras distintas:

a) através de atributos mais diretamente ligados aos produtos, tais como “característicos patenteados, marcas e nomes registrados, peculiaridades de acondicionamento, quaisquer singularidades relativas a qualidade, desenho, cor ou estilo.”

b) em relação “às condições que cercam a venda; neste caso, tomando um exemplo ao comércio varejista, podemos citar: localização vantajosa do vendedor, o caráter do estabelecimento, a maneira de comerciar, a reputação de seriedade, de cortesia e de

eficiência e todos os laços que ligam o cliente ao proprietário ou aos seus empregados” (28), enfim, acrescentamos nós, o conjunto de circunstâncias que grangeam o favor do público para certo estabelecimento. (29)

Como se vê, a similitude com o quadro de SRAFFA é perfeita. Quando tais considerações são realmente levadas em conta pelo comprador e tais fatores tangíveis e intangíveis variam de vendedor para vendedor, é indubitável que coisas fisicamente idênticas passam a ser produtos diferentes na opinião daquele (comprador) e, conseqüentemente, uns substituirão apenas imperfeitamente os preferidos, pois o que êle adquire não é apenas a “coisa diferenciada, e sim um conjunto de bens e serviços do qual ela faz parte”. (30)

Do exposto se depreende que um artigo diferenciado compõe-se realmente de duas partes distintas: o “bem” propriamente dito (fisicamente determinado,

(28) *Ibid.*

(29) É o que os ingleses e norte-americanos denominam “good-will”.

(30) A parte entre aspas é de CHAMBERLIN — Loc. cit. Esse o grande objetivo da propaganda multiforme, comumente conduzida ao extremo: diferenciar o produto no espírito do comprador; levá-lo a identificar uma classe inteira com um determinado produto, de forma a associá-la e subordiná-la ao nome dêste; convencê-lo de que no gênero nada se lhe compara — “recuse os substitutos”. — E’ a caça ao “slogan”, ao desenho sugestivo, ao argumento persuasivo que toque o ponto sensível do comprador para fixar no seu cérebro um nome, uma idéia, uma convicção que o conduza e prenda estavelmente a um artigo ou a um estabelecimento e assim permita, em igualdade de preço com

obedecendo às especificações relativas à sua categoria, ex.: manteiga, tecido de lã) e o conjunto de “serviços” que o acompanham (acondicionamento, localização do vendedor, entrega a domicílio, prestígio do nome ou marca, facilidade de pagamento, crédito mensal, convicção — justificada ou não — da superioridade do artigo, tranquilidade quanto à qualidade e justeza da quantidade, etc.).

Nessas condições, acabamos deparando com dois conceitos de “produto”, a saber:

- a) o correspondente à noção de bem adequado à satisfação de um determinado gênero de necessidades, isto é, reputado homogêneo relativamente a tal fim e nitidamente delimitado, em todos os sentidos, em relação a todos os grupos de possíveis substitutos;
- b) o que atende à exigência de perfeita homogeneidade na opinião do comprador, isto é, à noção de diferenciação de produto.

Assim, de acôrdo com o primeiro conceito, consideraríamos o produto “manteiga” como sendo aquele que foi fabricado de acôrdo com certas regras e pos-

outros artigos rivais, realizar um maior volume de vendas ou manter o existente, mesmo com preços mais elevados.

Dêsse tipo de propaganda estão, evidentemente, excluídas as campanhas de publicidade promovidas por associações de produtores ou pelos poderes públicos com o fito de, educando e orientando o comprador, intensificar o uso de determinadas classes de produtos; por ex.: a propaganda conjunta dos fabricantes de cimento; a “campanha da laranja”, etc.

sue determinadas propriedades físicas, químicas e organolépticas, quaisquer que sejam a sua procedência, sistema de acondicionamento, local e processo de venda.

Adotando o segundo conceito, a mesma manteiga, do mesmo fabricante, seria “diferente” aos olhos do comprador se variasse o sistema de acondicionamento (pacotes, latas ou a granel) ou ainda se, em lugar de ser vendida pelo estabelecimento preferido, o fôsse por outro qualquer, e assim por diante.

O primeiro conceito é o que se encontra na teoria da concorrência pura, pois esta só se aplica a tais produtos ⁽³¹⁾; é o implícito na linguagem vulgar e na antiga teoria da concorrência.

O segundo é um dos pilares da teoria da concorrência monopolística.

Outra concepção fundamental de CHAMBERLIN é a de que, na maioria dos casos, a determinação dos preços resulta da combinação de elementos de concorrência e monopolísticos. Conseqüentemente, para descrever e interpretar tais fenômenos é necessária uma teoria híbrida, pois a da concorrência pura, mesmo que se lhe agregue a do monopólio, é insuficiente para tal fim ⁽³²⁾. Partindo das condições que definem a concorrência pura (pag. 11) fácil é mostrar como podem aparecer combinados no mercado tais elementos de con-

(31) Poderíamos acrescentar: na concorrência pura os produtos dos diversos vendedores são perfeitamente substituíveis, uns em relação aos outros, na opinião dos compradores.

(32) CHAMBERLIN, *loc. cit.* Prefácio.

corrência e de monopólio. Com efeito, sendo duas as variáveis — o número de vendedores e a natureza do produto — poderemos jogar com uma e outra separadamente e depois com ambas simultaneamente para construir diversas situações de mercado. (33)

Lidando, preliminarmente, com um produto perfeitamente homogêneo num único mercado, poderemos supor que existam neste um, dois, poucos e, finalmente, muitos vendedores. Passaremos assim do domínio absoluto da oferta (monopólio) a graus sucessivamente atenuados (duopólio, oligopólio) de influência sobre o preço único do mercado até a situação já descrita de concorrência pura, isto é, influência individual nula. Àqueles tipos poderemos juntar o que é denominado “liderança de preços” (34) e que consiste na ditadura dos preços exercida por uma empresa ou grupo de empresas que exerçam domínio absoluto sobre o mercado e deixem viver outras, menores, que se conformem com os preços ditados.

A seguir, admitindo que o número de vendedores é grande (no sentido de pg. 11) e supondo que o produto é perfeitamente homogêneo, e depois “diferenciado” mais ou menos marcadamente (v. pg. 32) passaremos da situação de concorrência pura a outras nas quais se acentua cada vez mais o elemento monopolístico, isto é, àquelas em que cada vendedor se torna o monopoliza-

(33) CHAMBERLIN, *Ibid.* pg. 8.

(34) “Price leadership”.

dor mais ou menos perfeito do seu produto, com um mercado privativo, mas sujeito à concorrência de substitutos mais ou menos próximos.

Se, além da diferenciação de produto, considerarmos pequeno número de vendedores, o elemento monopolístico tornar-se-á ainda mais acentuado.

Chegou assim CHAMBERLIN à concepção de outro tipo de concorrência — muito mais generalizado que a concorrência pura — que se concretiza na situação que acabámos de descrever: o fracionamento do mercado de um produto (acepção *a*, pg. 34) em um grupo de mercados individuais monopolizados pelos vendedores dos artigos diferenciados (acepção *b*, pg. 34). A força do monopólio exercido em cada mercado individual depende do grau de sucesso obtido pelo vendedor em diferenciar o seu produto no espírito dos compradores, afastando, dessarte, a concorrência dos substitutos ou similares. Aí estão, como já vimos, a razão de ser e o campo de ação para a propaganda, para as marcas e nomes registrados. (35)

(35) Onde se processa a concorrência pura não existe lugar para a propaganda, pois não há o que distinguir. Da mesma forma, aí não se fala de concorrência ilícita, "guerra de preços" etc.. Alguns dos sinais característicos da existência da concorrência monopolística são: presença de propaganda intensa, diferenças sensíveis de preços de artigos equivalentes, largo uso de marcas, nomes e modalidades protegidas por registros, patentes etc. Presentemente êsses fenômenos são banais, o que prova o que afirmámos, i.é, que a concorrência monopolística é um fato muito mais generalizado do que a concorrência pura. Pode-se até afirmar que, na linguagem vulgar, quando se fala em "concorrência" subentende-se inconscientemente concorrência monopolística.

Em suma, a concorrência que assim se processa não é “pura”, é uma “concorrência entre monopolistas”.

Nesse fato reside a razão do fracasso da aplicação da teoria clássica da concorrência a situações de mercado nas quais não se realizam as suas hipóteses. Do esclarecimento de tais diferenças resultam as denominações extremamente felizes dadas por CHAMBERLIN a esses dois tipos e que tão bem os caracterizam: “concorrência pura” (36) e “concorrência monopolística”.

Entretanto, ampliando o conceito básico, estendeu êle a designação a todos os processos nos quais se revela a co-existência e a inter-ação de elementos de monopólio e de concorrência. Incorporaram-se assim, à teoria da concorrência monopolística, a princípio só baseada na diferenciação de produto, os casos de duopólio e oligopólio com produtos homogêneos.

Resumindo, podemos percorrer, tal como nos quadros A e B, infra, todas as situações de mercado que na realidade se encontram, partindo da concepção vulgar de monopólio (um só vendedor, produto homogêneo, acepção a pg. 34) fazendo variar o número de vendedores e introduzindo sucessivamente a hipótese de diferenciação de produto.

(36) Pura no sentido de isenta de elementos monopolísticos.

QUADRO A

Produto homogêneo (acepção a)	I — um só vendedor — monopólio	conc. monopo- lística (lato sensu)
	II — dois vendedores — duopólio	
	III — poucos vendedores — oligopólio e liderança de preços	
	IV — grande número de vendedores — concorrência pura	

Produto diferenciado (acepção b)	I — absolutamente diferenciado — monopólio completo individual	conc. monopo- lística (lato sensu)
	II — apenas diferenciado (graus variáveis) — concorrência monopolística (stricto sensu)	

QUADRO B

N.º Empresas	Natureza do Produto	Situação do mercado
Pequeno	Homogêneo	Oligopólio perfeito (*) (**)
	Diferenciado	Oligopólio imperfeito (**)
Grande	Homogêneo	Concorrência pura
	Diferenciado	Concorrência monopolística (stricto sensu)

(*) Caso extremo: monopólio.

(**) Também concorrência monopolística (Lato sensu).

6. — A TEORIA DA CONCORRÊNCIA IMPERFEITA DE MRS. J. ROBINSON

Segundo a própria autora o proclama, o artigo de SRAFFA (37) é a fonte donde promana a sua obra (38), pois “o objetivo desta é levar avante a fecunda sugestão, nele contida, de se tratar toda a teoria do valor nos moldes da análise do monopólio” (39).

Demonstrada (pg. 31) a plena identidade conceitual entre CHAMBERLIN e SRAFFA, dispensamo-nos de fazer o mesmo em relação a Mrs. ROBINSON, cuja obra se filia à dêste último. Neste ponto cabe apenas cuidar das divergências na terminologia, pois a questão metodológica será tratada no capítulo seguinte.

Seguindo a tradição, adotou Mrs. ROBINSON para a teoria da concorrência entre monopolistas a denominação que já lhe fora dada pelo Prof. ALLYN A. YOUNG — “concorrência imperfeita”, em contraposição a “concorrência perfeita”, que coincide com a “concorrência pura” de CHAMBERLIN. Com efeito, para Mrs. ROBINSON a concorrência perfeita existe quando em um mercado perfeito operam vendedores em número tal que nenhum deles possa influir sobre a quan-

(37) V. pg. 23, nota 17.

(38) *The Economics of Imperfect Competition* — Londres — Mac Millan, 1933. As nossas referências valem em relação à 4.^a tiragem da 1.^a edição (1938).

(39) *Ibid.* pg. V.

tidade total produzida. Mercado perfeito é aquele no qual não existe diferenciação de produto ⁽⁴⁰⁾.

Pelos motivos já expostos (pg. 22), preferimos acompanhar a opinião de CHAMBERLIN, pois, além de ser a expressão “pura” mais adequada ao caso, há grande conveniência em reservar as designações “perfeita” e “imperfeita” para atributos ou conjuntos de atributos de mercado que se podem aplicar às situações de concorrência pura e de monopólio, bem como às intermediárias. Além disso, a locução “diferenciação de produto” é muito mais adequada e expressiva do que “imperfeições de mercado.”

Mrs. ROBINSON abordou também, no setor dos compradores, o problema análogo ao do monopólio (o seu estudo versa especialmente a aquisição de fatores da produção) e criou a expressão “monopsônio” para caracterizar a situação de mercado em que se encontra um só comprador ⁽⁴¹⁾. O termo oligopsônio designa a existência de poucos compradores.

7. — A TEORIA DA CONCORRÊNCIA IMPERFEITA NA OBRA DE PARETO

A rigor, deveríamos citar em primeiro lugar, entre os que trataram da diferenciação de produto e da concorrência monopolística, o nome de VILFREDO PARETO, pois 20 anos antes de SRAFFA, no § 76 do “Appendi-

(40) *Ibid.* pg. 18-51-88-89.

(41) *Ibid.* pag. 215.

ce” (42) não só definiu mui claramente a primeira com as seguintes palavras:

“A seguir, vêm os casos muito numerosos, nos quais a mercadoria Y que aparentemente é a mesma, se divide realmente em diversas. Uma senhora elegante não se veste nas grandes lojas; serve-se de uma costureira. Existem circunstâncias acessórias, de crédito, de certas atenções dispensadas à clientela, etc. que podem “diferenciar” (43) mercadorias que, quanto ao resto, são idênticas”

mas também tomou em consideração a concorrência de monopolistas com outros, incluindo mui naturalmente as condições relativas ao monopolista no sistema geral de equações que definem o equilíbrio (§ 84 a 88 do “Appendice” (44).

Entretanto, citámos primeiramente SRAFFA, ROBINSON e CHAMBERLIN para respeitar, na exposição, a ordem genética da moderna teoria da concorrência monopolística, que nasceu e se desenvolveu exclusivamente, até o presente, no terreno da teoria dos equilíbrios particulares, contribuindo, talvez sem que os seus autores o quisessem, para a aproximação entre esta e a teoria do equilíbrio geral.

(42) *Loc. cit.* pg. 602. Tradução do autor.

(43) O grifo é nosso.

(44) Caso B, *Monopole de la Production*. *Loc. cit.* pg. 613 a 616.

A análise da situação individual da empresa é, na obra de PARETO, idêntica à da teoria do equilíbrio particular, pois parte da mesma premissa — elevação ao máximo do lucro individual — e chega implicitamente à condição da igualdade da receita marginal ao custo marginal.

Quanto à terminologia, já vimos ⁽⁴⁵⁾ que com as expressões “concorrência imperfeita”, “concorrência limitada”, “concorrência incompleta”, PARETO e seus discípulos exprimem conceitos inteiramente estranhos ao de concorrência monopolística.

8. — OUTROS ECONOMISTAS

Muitos outros economistas perceberam claramente as deficiências da teoria da concorrência e do monopólio para a descrição e interpretação dos fenômenos concretos e a necessidade de uma nova teoria que as tomasse em consideração. Todavia, não atacaram o problema em cheio como o fizeram PARETO, CHAMBERLIN, ROBINSON e, em menor grau, SRAFFA.

Entre aqueles, cita-nos CHAMBERLIN ⁽⁴⁶⁾: HOTELLING, ZEUTHEN, o próprio MARSHALL, DOBB, J. M. CLARK, A. B. WOLFE, KNIGHT.

(45) Pg. 21.

(46) *Loc. cit.* pg. 5, 6, 69, 70.

CAPÍTULO II

ANÁLISE DO MERCADO

1. — PRELIMINARES

No capítulo anterior vimos que a denominação “concorrência monopolística” abrange duas categorias distintas de situações de mercado caracterizadas, de um modo geral, pela coexistência e inter-ação de elementos monopolísticos e de concorrência. À primeira dessas categorias — que compreende as situações oriundas da diferenciação de produto — cabe mais apropriadamente a denominação genérica, pois cada vendedor de um produto diferenciado é, dentro de certos limites, um monopolista desse produto, o qual, entretanto, está sujeito à concorrência de similares ou substitutos mais ou menos próximos. A segunda categoria cinge-se aos casos de concorrência entre pequeno número de vendedores — duopólio e oligopólio — de um produto homogêneo (na acepção empregada na teoria da concorrência pura), nos quais o elemento monopolístico aparece justamente por serem poucos os vendedores. Estes, ou se adaptam à política ditada por um deles (ou por um grupo que age com orientação única) ou, se atuarem independentemente, influirão sobre a posição dos concorrentes e, por sua vez, serão

obrigados a levar em conta as reações dêstes, isto é, deverão considerar a influência direta e indireta, esta através das reações dos concorrentes, que sôbre a própria posição exercem as suas decisões. As soluções desta segunda categoria de problemas são inúmeras, pois dependem fundamentalmente, como é natural, da natureza das hipóteses adicionais que é mister introduzir para torná-los determinados, visto serem insuficientes as empregadas no estudo da concorrência pura e do monopólio.

No presente trabalho ocupar-nos-emos sômente da primeira categoria, isto é, das situações relacionadas com a diferenciação de produto e entrelaçamento dos mercados, distinguindo os casos em que o número de concorrentes é grande daqueles em que êstes são poucos.

Como vimos, cada vendedor de um produto diferenciado tem um mercado próprio cuja curva de procura é imperfeitamente elástica, sendo tanto menos elástica quanto mais perfeito for o domínio que sôbre êle exercer.

As divergências na apreciação dos compradores pelas diversas modalidades de atributos — tangíveis e intangíveis — que diferenciam produtos similares (isto é, mutuamente substituíveis) refletem-se na existência de maior ou menor número de concorrentes e no grau de elasticidade das curvas de procura dêstes. Quando, na opinião dos vendedores, houver facilidade em encontrar substitutos para um produto, grande será o número de concorrentes e elevada a elasticidade da cur-

va de procura de cada um deles. (47) Em tais casos, forte será o elemento de concorrência e fraco o elemento monopolístico dentro do grupo considerado.

Este exemplo sugere quão rica é a variedade de casos possíveis na prática e mostra o grau de complexidade das relações oriundas do entrelaçamento dos mercados monopolizados pelos produtores concorrentes.

A cada conceituação dessas relações oriundas da diferenciação de produto corresponde, por sua vez, uma forma de tratar ou, melhor, de analisar o problema.

Já vimos que SRAFFA, atribuindo importância preponderante à compatibilidade lógica entre as variações do custo e as das dimensões da empresa, preconizou a adoção da teoria do monopólio, que leva em conta tais conexões e ao mesmo tempo reconhece a existência de produtos rivais, que limitam o poder discricionário do monopolista, bem como a possibilidade de os lucros não atingirem níveis superiores aos normais, etc. Essas razões são procedentes e justificam até certo ponto o emprêgo da teoria do monopólio, mas, por outro lado, são insuficientes, pois encaram apenas um aspecto e não toda a realidade, isto é, desprezam a interdependência dos mercados de produtos diferenciados que concorrem uns com os outros. Em outras palavras,

(47) Outros fatores que influem sobre a elasticidade da procura são: a distribuição do poder aquisitivo entre os compradores do produto, as condições de oferta dos produtos rivais e dos complementares. Além disso, convém ter presente que em geral a elasticidade da curva de procura de uma empresa é maior do que a da curva da procura da indústria da qual ela faz parte.

aplicando a teoria clássica do monopólio, deveríamos considerar a curva da procura do produto um “dado” do problema, pois (pag. 16) nesse caso empresa e indústria se confundem. Ora, na concorrência monopolística só mui raramente (apenas nos casos de substitutos muito imperfeitos ou distantes) é aceitável tal hipótese. Na maioria dos casos, a estreita interdependência dos mercados acarreta, como é natural, íntima conexão das curvas de oferta e de procura de cada produto com as dos seus concorrentes, tornando-se, por conseguinte, impossível definir aquelas sem conhecer estas.

Aliás, o conteúdo principal da teoria da concorrência monopolística é exatamente êsse: a definição do equilíbrio de um grupo de monopolistas entre si concorrentes. Em suma, cogitar apenas do aspecto monopolístico, excluindo o da concorrência, equivaleria a falsear os resultados, pois ambos formam um todo indivisível, variando apenas de um caso para outro as proporções em que êles se combinam. (48)

Incidentalmente, permitimo-nos pôr em relêvo que tal concepção, — que constitue mais um ponto em que a teoria de CHAMBERLIN se avanta sobre as demais — representa uma notável aproximação conceitual da teo-

(48) CHAMBERLIN usa uma imagem pitoresca para representar êste fato. Assimila a situação resultante da interação das forças monopolísticas e de concorrência à trajetória de um navio impulsionado por duas hélices, a qual representa a resultante da composição dos dois movimentos correspondentes à atuação de cada hélice isoladamente, nenhum deles podendo ser tomado por si só como representativo do movimento real do navio.

ria dos equilíbrios particulares à do equilíbrio geral; outras ainda serão evidenciadas à medida que avançarmos em nossa exposição.

Embora reconhecendo explicitamente a procedência dessas razões, Mrs. ROBINSON, fiel à sugestão de SRAFFA, trata o problema com a técnica da teoria do monopólio, definindo, para conciliar uma coisa com outra, a curva da procura da empresa de maneira inteiramente diversa da tradicional na teoria dos equilíbrios particulares (pag. 12, nota 3), desprezando a hipótese "ceteris paribus". A curva de procura empregada por Mrs. ROBINSON mostra os efeitos, sobre a quantidade vendida, das alterações de preço introduzidas pela empresa, quer essas alterações causem ou não variações nos preços dos produtos concorrentes (49).

Em nossa exposição seguiremos mais de perto o tratamento de CHAMBERLIN, que é o mais completo.

2. — ESTUDO DO EQUILÍBRIO

Quando, em regime de concorrência pura, o vendedor aceita passivamente o preço do mercado que vigora para a classe (qualidade) do seu produto, tendo livre escôlha dessa qualidade e da quantidade que será lançada ao mercado, pois pelo referido preço venderá quanto quiser (pag. 11). — Sendo perfeitamente elástica sua curva de procura, não precisará preocupar-se

(49) *Loc. cit.* pag. 21.

em fazer esforços (propaganda etc.) para incrementá-la.

No regime de concorrência monopolística a situação é inteiramente diversa: o produtor diferencia o seu produto, tem um mercado próprio que faz parte de uma rede mais ou menos extensa de mercados mais ou menos intimamente entrelaçados, sua curva de procura não é perfeitamente elástica (inclinada negativamente). Pode êle, portanto, jogar com três variáveis que influem ao mesmo tempo sobre o volume das vendas e o custo e, conseqüentemente, sobre o lucro que é, em última análise, o objetivo principal ⁽⁵⁰⁾. Essas variáveis são:

a) o preço;

b) a qualidade do produto — não só a qualidade intrínseca mas também o conjunto de serviços que o acompanham ⁽⁵¹⁾;

c) os esforços, que se traduzem em custos, para aumentar a procura do produto — dêstes, o exemplo típico são as des-

(50) A hipótese fundamental continua a ser a da pag. 12: obtenção do máximo lucro. No caso do comprador diríamos que procura o máximo de ofelividade.

(51) A qualidade do produto pode ser fixada pela própria natureza dêste; por especificações legais; pelo costume ou pela tradição. Uma alteração da qualidade pode decorrer ou de variação dos elementos intrínsecos do produto — composição aspecto exterior, etc. — ou dos extrínsecos que o acompanham — acondicionamento, entregas, crédito etc. — (CHAMBERLIN).

pesas de propaganda; chama-los-emos, doravante, elíticamente, “custos de venda” (52).

A análise deverá, pois, proceder da empresa para o grupo de concorrentes, passando, em cada caso, do simples para o complexo, isto é, considerando apenas as variações do preço (produto constante, ausência de despesas de venda); a seguir, as variações do produto (preço constante e ausência de despesas de venda); finalmente as das despesas de venda (preço e produto constantes), sendo oportunamente combinadas duas a duas e três a três as hipóteses elementares.

Enquanto não for abordado o estudo dos custos de venda, os quais têm por fim:

- a) instruir os compradores sobre a melhor maneira de satisfazerem suas necessidades;
- b) modificar seus gostos no sentido desejado,

suporemos dados os gostos dos compradores e, além disso, que êstes têm perfeito conhecimento da melhor maneira de satisfazê-los.

(52) Em inglês é empregada uma locução muito cômoda: “selling costs”.

As despesas de venda introduzem grandes complicações, pois afetam simultaneamente os custos e a procura, tornando inaplicável a hipótese da independência dessas duas curvas.

I — Equilíbrio da empresa

Ao isolar, para estudo, a empresa, admitiremos, afim de podermos construir a sua curva de procura, que os demais concorrentes não alteram os preços e as qualidades dos seus produtos.

Esta hipótese simplificadora torna o problema em estudo uma extensão do do monopólio, pois também considera a variação do produto. Além disso, acentua CHAMBERLIN, encontra correspondente na realidade, quando se tratar de um produto que, não concorrendo muito diretamente com grande número de outros, afeta de maneira insensível os mercados destes.

Começaremos fazendo variar o preço, supondo constante a qualidade do produto. Depois suporemos constante o preço e variável a qualidade. Finalmente, faremos variar ambos.

a) *Produto constante. Preço variável.* (fig. 2)

Neste caso, o problema individual — obtenção do máximo lucro — não difere dos já estudados quando tratamos da concorrência pura e do monopólio. Tal máximo será atingido com o volume de produção OA que corresponde à igualdade da receita marginal (rr') ao

custo marginal (tt'). A êsse volume correspondem o custo unitário de produção AE e o preço AB . No caso figurado, como a curva da procura (PP') corta a do custo (TT'), haverá um lucro acima do normal representado pela área $DEBC$. Na mesma figura, se considerássemos a curva de procura $P_1 P_1'$ tangente à dos custos, o lucro seria normal, isto é, ficaria reduzido ao mínimo necessário para reter o empresário na indústria (nota 5, pag. 13). A rigor, poderíamos figurar o caso em que a curva de procura ($P_2 P_2'$) fica sempre abaixo da do custo (linha pontuada da fig 2); então, em lugar de máximo lucro, teremos mínimo prejuízo em correspondência ao volume de produção fixado da maneira descrita. Mas êsse caso pode deixar de ser considerado por acarretar, se persistir, o desaparecimento da empresa.

Cotejando a solução da fig. 2 com a análoga da teoria da concorrência pura, (fig. 1) vemos que, se forem comparáveis as condições em regime de concorrência monopolística, a empresa não atinge as dimensões ótimas, produzirá menos, a custo mais elevado, e alcançará preços mais altos do que se estivesse em regime de concorrência pura. Geométricamente êste fato é atribuível à inclinação negativa da curva de procura da empresa em concorrência monopolística, (no caso da concorrência pura essa curva é paralela ao eixo das abcissas).

b) *Preço constante. Produto variável.* Êste é um aspecto muito importante da concorrência, que foi posto

em foco pela teoria da concorrência monopolística. Na teoria da concorrência pura e do monopólio cogita-se somente de produtos homogêneos, isto é, não diferenciados. Ora, na realidade, a variação do produto é utilizada talvez mais freqüentemente do que a do preço como arma de concorrência. Das numerosas razões que levam a tal proceder podemos destacar certas de ordem psicológica — não irritar a clientela com elevações de preços; não provocar retaliações de concorrentes ou medidas coercitivas dos poderes públicos; respeito à tradição, em determinados ramos de negócios, etc. —; outras decorrentes de decisões alheias — imposição, por parte do fabricante, ou de ligas de comerciantes, do preço de venda a varejo; tabelamentos, etc. — e mesmo de ordem moral: em certos ramos — fabricação e venda de produtos finos, profissões liberais, etc. — é reputada contrária à ética profissional a concorrência de preços. Nesses casos, a melhoria da qualidade do produto e a prestação de serviços adicionais correspondem a reduções de fato dos preços que nominalmente permanecem constantes; de outro lado, a redução disfarçada da quantidade de produto contida na unidade padrão, o emprêgo de materiais de qualidade inferior ou em dosagem inadequada, a supressão de serviços anteriormente prestados (ex.: entregas a domicílio) constituem meios de elevar preços que aparentemente não sofrem alteração.

Todavia, o exemplo clássico da variação do produto em regime de preço constante é fornecido pela imprensa. Um jornal, uma revista são, pela sua pró-

pria natureza, produtos sujeitos continuamente a variação (duas edições consecutivas não são idênticas).

De um modo geral, da variação do produto decorrem a do custo de produção e a da procura. O problema torna-se, por conseguinte, muito mais complicado, pois passam a ser duas as variáveis para cada qualidade do produto: o custo e a procura. De todas as variedades assim idealizadas será escolhida a que produzir maior lucro. A solução do problema poderá ser encontrada, portanto, só por meio de tentativas. Na realidade, a maior dificuldade é a que resulta da impossibilidade de representar gráficamente a variação do produto. Para contorná-la, constroem-se para cada variedade dêste as curvas da procura e do custo (fig. 3). Ao preço constante em vigor, OP, será vendida da qualidade 1 a quantidade OA cujo custo de produção é OACG. O lucro resultante será, pois, GCBP. Da qualidade 2, ao mesmo preço, será vendida a quantidade OF cujo custo de produção é OFEH, sendo o lucro HEDP, evidentemente maior que o primeiro (53). Esgotadas as possibilidades principais de variação do produto, ter-se-á chegado a conclusão que permita escolher a variedade mais vantajosa.

c) *Preço e produto variáveis.* A solução dêste caso resulta da superposição das encontradas para os

(53) Os pontos B e D são, naturalmente, as intersecções das curvas de procura das variedades 1 e 2 com a reta PP'. Deixamos de desenhar as curvas de procura para não sobrecarregar o diagrama. Aliás, delas, os únicos pontos que interessam são B e D. As curvas de custo são $C_1 C_1'$ e $C_2 C_2'$. No estudo dêste caso, não levar em conta a curva $C_0 C_0'$ que será considerada a pg. 72-74.

dois anteriores. O empresário, construindo para cada variedade do produto gráficos do gênero das figuras 2 ou 3, ficará habilitado a determinar a combinação “ótima” de preço e tipo de produto, isto é, aquela que proporciona o lucro “maximum-maximorum”.

II — Equilíbrio do grupo

Seguindo o método da teoria dos equilíbrios particulares, passemos do caso individual ao do grupo, isto é, investiguemos as condições em que se produz o equilíbrio dentro do grupo de empresas que lutam em concorrência, vendendo produtos diferenciados mas que são, uns em relação aos outros, substitutos próximos.

A análise neste caso não pode ser conduzida nos moldes clássicos da teoria da concorrência (pg. 12 a 15) pois é evidente que, havendo diferenciação de produto, não é possível construir as curvas de procura e de oferta relativas ao grupo. Quanto à procura, por falta de homogeneidade. Quanto à oferta, por dupla razão. Com efeito, sabemos que a determinação da oferta de um mercado é conseguida, com o auxílio das curvas de custos das empresas, fazendo crescer progressivamente a procura e determinando, pela intersecção das curvas marginais de receita e custos, a quantidade produzida a cada preço; as somatórias dessas quantidades individuais correspondentes aos diversos preços constituem a lista da oferta. Portanto, mesmo se fôsse possível construir a curva da procura, restaria ainda

um problema que não existe no caso da concorrência pura: o da determinação da maneira pela qual êsse aumento de procura se distribue entre as diversas empresas que constituem o grupo. Sobre êsse ponto nenhuma indicação possuímos, pois as situações imagináveis são inúmeras, desde a absorção de todo o aumento por uma só empresa até a sua distribuição absolutamente uniforme entre todas. E não acabaria aí a questão; mesmo se se chegasse a conhecer tal distribuição, restaria ainda o problema da determinação da maneira pela qual seria afetada cada curva de procura de empresa: se os preços sobem uniformemente ou se as quantidades vendidas a cada preço crescem igualmente ou, ainda, se a nova curva tem em cada ponto elasticidade igual à da precedente, etc.

Diante dessa impossibilidade é mister recorrer a um artifício: Mrs. ROBINSON, admitindo uma curva de procura especialmente definida para êsse fim ⁽⁵⁴⁾ — curva que consubstancia os efeitos, sobre a quantidade vendida, das alterações de preço introduzidas pela própria empresa, inclusive as decorrentes das reações dos concorrentes — trata o problema do grupo como se todas as empresas componentes, menos uma, estivessem em equilíbrio e estuda a maneira pela qual essa empresa atinge o equilíbrio. Dada a natureza da curva da procura, não há lugar para o estudo das reações dos concorrentes e o problema é formalmente resolvido de maneira idêntica à do equilíbrio de uma empresa monopo-

(54) V. pg. 48.

lista. Das conclusões a que chegou Mrs. ROBINSON, trataremos mais tarde.

Passemos agora à teoria de CHAMBERLIN, o qual como já tivemos ocasião de dizer, ataca o problema de maneira mais realista, encarando de frente as dificuldades postas à margem por outros.

CHAMBERLIN, reconhecendo as dificuldades, já apontadas — relativas à extrema diversidade dos produtos e das empresas —, que impossibilitam a consideração do grupo em conjunto, recorre a um certo número de hipóteses simplificadoras, justificando cada uma e indicando as correções a serem feitas nos resultados dessarte conseguidos, afim de eliminar os erros por tais hipóteses introduzidos, o que equívale a removê-las a final.

Essas hipóteses podem ser divididas em 2 grupos: as relativas à oferta e as pertinentes à procura.

Trataremos primeiramente o caso em que o número de empresas que compõem o grupo é grande. Como já vimos, o critério de divisão dos grupos em grandes e pequenos funda-se na repercussão que as ações de uma empresa têm sobre as vendas das demais concorrentes. Se essa repercussão for insignificante, tal que não induza alterações na conduta das outras, o grupo será grande; no caso contrário, o grupo será considerado pequeno (oligopólio). Em todos os casos a marcha seguida é a mesma: suposto o sistema inicialmente em desequilíbrio, estuda-se o processo de ajustamento que o conduz ao equilíbrio.

GRUPO GRANDE: Quanto à oferta, começaremos supondo que todas as empresas possuam mercados

iguais — com as mesmas dimensões e composição idêntica —, o que não é incompatível com a diferenciação de produto, pois não elimina a diversidade; além disso, qualquer modificação de preço feita por uma sem que as outras alterem os seus repercutirá de maneira idêntica, isto é, uniformemente, sobre todas (55).

Quanto ao custo, em parte devido às supostas distribuição e composição uniforme dos mercados individuais, e em parte a razões que levam, tal como no caso discutido por SRAFFA (pg. 24 a 27), a admitir como muito provável o regime de custos constantes para todo o grupo, também poderemos admitir a identidade das respectivas curvas e a sua invariabilidade durante o processo de ajustamento (56).

Nessas condições, é lícito considerar qualquer das emprêsas como representativa de todo o grupo e estender a todas as conclusões alcançadas em relação àquela. Durante o processo de ajustamento valerá a hipótese “*cæteris paribus*”: as curvas de procura não sofrem alteração.

a) *Produto constante. Preço variável.*

(55) Sendo grande o grupo, essa repercussão será insignificante em face dos demais elementos considerados na formação do lucro; a influência da variação induzida pela alteração do preço por uma das emprêsas, distribuindo-se uniformemente sobre o grande número destas, torna-se imperceptível ou pelo menos não as leva a reagir, a-pesar-de trazer grande proveito à primeira.

(56) Acresce que as variações da produção do grupo não afetam os custos da emprêsa. Além disso, se, em lugar do regime de custos constantes, prevalecer o de custos crescentes ou o de custos decrescentes, a correção necessária poderá ser facilmente introduzida, como adiante se verá.

O estudo das condições de equilíbrio do grupo pode ser feito em três etapas, a saber:

1.º) supondo livres a entrada e saída de empresas; partindo de uma posição qualquer em que ocorram lucros acima do normal ou prejuízos, determina-se em que condições se estabelecerá o equilíbrio;

2.º) admitindo as condições supra, acrescidas da hipótese de ser o número de empresas existentes o que corresponde à situação final de equilíbrio, verifica-se como este será atingido;

3.º) combinando os dois casos anteriores.

Para estudar o primeiro caso consideraremos dados do problema (fig. 2) ⁽⁵⁷⁾:

a) a curva PP' de procura de qualquer das empresas, supostos conhecidos todos os preços e qualidades dos demais produtos; em outras palavras, essa curva PP' representa os acréscimos e decréscimos de procura que resultarão de reduções ou aumentos de preços feitos pela empresa em exame, desde

(57) Empregamos ainda para este caso a fig. 2, por serem as construções gráficas completamente idênticas às daqueles em que ela já foi usada. Em cada caso varia apenas a definição das curvas.

que as demais empresas não alterem seus produtos e seus preços;

b) a curva TT' dos custos unitários.

Duas hipóteses poderão verificar-se: ou PP' corta TT' ou fica abaixo da mesma.

No primeiro caso, a empresa produziria a quantidade OA para a qual custo e receita marginais se igualam, e que é a que proporciona maior lucro (medido pela área $DEBC$).

O conhecimento da existência desse lucro acima do normal atrairia para a indústria novas empresas que iriam repartir a procura existente com as que já estavam operando, diminuindo, por consequência, as vendas de cada uma delas. Gráficamente essa diminuição de vendas se traduz pelo deslocamento da curva PP' para a esquerda, aproximando-a da posição de tangência P_1P_1' a TT' .

Na segunda hipótese, a persistência de prejuízos afastará do mercado um certo número de empresas, o que, por sua vez, acarretará um aumento de vendas para as que permanecerem, em virtude de ser dividida por menor número de empresas a procura existente. Esse fato se traduzirá pelo deslocamento da curva P_2P_2' para a direita, aproximando-a da posição P_1P_1' .

E' fácil ver que essa posição de tangência P_1P_1' (quantidade OG , preço GF) é a única de equilíbrio estável, pois, sendo normais os lucros, não haverá para nenhuma empresa incentivo para entrar ou sair do grupo.

A análise do segundo caso — situação em que o número de empresas é o compatível com a situação de equilíbrio, mas a posição é acidentalmente de lucros anormais ou de prejuízos — exige a modificação da definição da curva PP' e a introdução de um novo elemento: a curva pp' (fig. 4).

A curva PP' indicará a procura do produto da empresa considerada, desde que os preços das demais empresas do grupo sejam sempre iguais aos fixados pela primeira. Essa curva representará, portanto, uma fração da curva de procura do grupo todo e será de igual elasticidade ⁽⁵⁸⁾. Sua posição dependerá do número de concorrentes. Quanto maior for este, tanto menor será a quota do mercado correspondente a cada um e, conseqüentemente, mais à esquerda ficará a curva. Ao contrário, quanto menor for o número de empresas tanto mais para a direita irá ela.

Por sua vez, a curva pp' será a curva de procura da empresa considerada, desde que as demais empresas conservem fixos os seus preços. Esta curva será mais elástica do que PP' pelas razões já expostas.

Supondo então que todo o grupo se ache acidentalmente na posição M (quantidade OA e preço AM) à qual corresponde o lucro acima do normal medido

(58) Evidentemente será menos elástica do que a curva PP' considerada no primeiro caso, pois enquanto esta última representa a da empresa, a primeira é uma fração da da indústria e tem igual elasticidade (v. nota 47, pg. 46).

pela área EBMD ⁽⁵⁹⁾, a empresa, desejando melhorar sua situação, deslocará levemente sua posição sobre pp' para a direita, baixando o preço, vendendo mais e aumentando o lucro, sem temer represálias ⁽⁶⁰⁾. Ora, como estamos tratando de uma firma representativa do grupo, sem individualizá-la, podemos afirmar que as razões que levam *uma* a agir dessa forma induzirão *todas* a fazer o mesmo. Portanto, todas irão à direita, mas sobre PP' , pois todas continuam com preços uniformes ("ex-hypothesis"). Em suma, de lance em lance, a curva pp' deslizará sobre PP' até alcançar a posição limite de tangência p_1p_1' que é a única estável, pois, uma vez atingida, não haverá incentivo para novos deslocamentos, visto estarem todos os pontos de p_1p_1' , exceto o de tangência, abaixo de CC' , isto é, na zona de prejuízos. Esse raciocínio é válido para qualquer ponto de partida (cf. nota 59, infra) e dispensamo-nos de repeti-lo, como fizemos no caso anterior. Convém notar que o aumento de vendas resultante da redução de preço ocasionada pela concorrência das empresas é dividido entre todas.

Finalmente, passando ao terceiro caso, isto é, supondo uma posição inicial de lucros acima do normal, com o número de empresas compatível com a situação

(59) Poderíamos também supor M sobre a curva de custos CC' , ou abaixo dela. Nesses casos teríamos respectivamente lucros normais ou prejuízos, mas o raciocínio seria conduzido exatamente da mesma maneira.

(60) Trata-se de grupo grande (pg. 57): há uma redistribuição das vendas em proveito dessa empresa com prejuízo insensível para as demais.

de equilíbrio, entrada e saída livres, poderemos admitir que, antes de se iniciar o processo de ajustamento precedentemente descrito, algumas empresas, atraídas pelos lucros anormais, entrem no grupo. Em consequência da nova repartição da procura existente, a curva PP' (fig. 5) se deslocará para a esquerda, tal como no primeiro caso, até atingir a posição de tangência a CC' em T . Ao mesmo tempo, cada empresa, para melhorar sua situação, deslocar-se-á ao longo de pp' , provocando, como já se viu no segundo caso, o deslizamento desta ao longo de P_1P_1' . Mas, como P_1P_1' é tangente a CC' , em todas as posições abaixo de T haverá prejuízo; mesmo quando pp' for tangente a CC' em B (situação em que aparentemente a empresa estaria em equilíbrio) todas as empresas estarão em D , com prejuízo medido por $JDEF$. Em tal situação começará o êxodo das firmas menos resistentes ou que venham encontrar melhores oportunidades alhures, verificar-se-á aumento de vendas para os remanescentes, mediante redistribuição da procura entre elas, deslocamento de PP' para a direita e volta à situação descrita no segundo caso.

Em suma, a posição de equilíbrio é aquela em que a curva pp' tangencia CC' (p_1p_1').

Como o ponto de equilíbrio deve estar situado sobre PP' e esta é cortada por pp' , conclue-se que PP' corta CC' e p_1p_1' no ponto de tangência.

Em face das definições dadas às curvas PP' , CC' e pp' , pode-se concluir que o que ocorre com a empresa representativa ocorre igualmente com todas e que, por-

tanto, as condições de equilíbrio encontradas valem para todo o grupo. Essas condições, implícitas na tangência das curvas de procura (receita média) e de custos unitários, exprimem:

- a) para a empresa, a igualdade de custo e receita marginais;
- b) para o grupo, no caso de entrada e saída livres, a igualdade do preço ao custo unitário ou, o que dá no mesmo, da receita total ao custo total (o retângulo OCBH mede essas duas grandezas).

Se a entrada não for livre, as firmas que compõem o grupo procurarão a posição de máximo lucro e então o preço será superior ao custo unitário e a receita total também será maior que o custo total.

PEQUENO GRUPO. Neste caso atuam simultaneamente dois elementos monopolísticos: o pequeno número de vendedores e a diferenciação de produto. A presença do primeiro exige, como já vimos (pag. 45), a introdução de hipóteses adicionais que tornem o problema determinado, assimilando-o a situações teóricas ou reais que se deseje investigar. Essas hipóteses podem ser reunidas em dois grandes grupos, a saber:

- a) cada empresa leva em consideração o efeitos diretos e indiretos de sua política de preços, isto é, as repercussões que sô-

bre sua própria situação terão as reações das concorrentes por tal política provocadas;

b) cada empresa só considera os efeitos diretos de sua atitude, desprezando os indiretos acima aludidos ⁽⁶¹⁾.

A existência do segundo elemento (diferenciação de produto) diminui o grau de indeterminação (quando existir) do problema ⁽⁶²⁾.

Para examinarmos o primeiro (a) utilizaremos a figura 5 e as hipóteses correspondentes, referentes ao segundo caso do grande grupo (pag. 61).

Como cada empresa leva em consideração os efeitos últimos de sua atitude, nenhuma iniciará o movimento ao longo de pp' , pois reconhece que o resultado final seria prejudicial para todas. Portanto, valerá apenas PP' e todas ficarão na posição inicial M , com preço NM e quantidade produzida ON .

Esta solução está vinculada, evidentemente, à natureza da curva PP' , isto é, pressupõe que todos os concorrentes adotam simultaneamente os mesmos preços, tal como se estivessem em regime de liderança de preços ou mesmo de "cartel". Trata-se, portanto, de solução de alcance limitado por tal hipótese. O equilíbrio, no caso do pequeno grupo (entrada não livre),

(61) Este caso pode apresentar-se quando o vendedor, tal como um especulador, tem apenas interesse momentâneo no mercado, abandonando-o definitivamente, a seguir; ou quando opera mal orientado, visando apenas um futuro próximo, sem alcançar os efeitos duradouros de suas decisões.

(62) Cf. nota 24, pg. 30.

não exige igualdade de receita total e custo total. Êste pode ser igual ou menor que aquela.

Passando agora ao exame da hipótese b, sempre com a mesma figura 5, teremos dois casos a considerar :

1.º) se a empresa julgar que as outras continuarão com seus preços fixos em NM, baixará, seguindo pp', seu preço para vender mais: entretanto, se ela o faz, qualquer outra o fará; portanto, todas o farão e o preço, em virtude dessa competição, só se estabilizará em BC. Se algum dos concorrentes atingir seu limite de produção, os demais poderão elevar novamente seus preços, para completar o suprimento do mercado e então haverá contínuas oscilações de preço entre NM e BC (63).

2.º) se a mesma empresa imaginar que as outras alterarão os preços afim de continuarem vendendo as mesmas quantidades, oferecerá quantidade adicional, baixando para isso o preço; as demais agirão da mesma forma, baixando seus preços para ajustarem a quantidade produzida ao nível correspondente ao máximo lucro; êsse movimento continuará até cada uma atingir seu ponto de equilíbrio,

(63) A diferenciação de produto diminui o grau de indeterminação, nesse caso, reduzindo a amplitude das oscilações, pois eleva o nível mínimo do preço de FG para BC. (cf. pg. 65 e pg. 30, nota 24). Quando a diferenciação for completa, teremos atingido o monopólio puro e o problema ficará de novo completamente determinado.

que é determinado em função do número de concorrentes, sendo tanto mais baixo quanto maior for esse número ⁽⁶⁴⁾; todavia, podemos dizer que esse ponto de equilíbrio ficará entre os dois extremos já indicados (correspondentes ao monopólio e ao grande grupo) ⁽⁶⁵⁾.

A discussão precedente mostra que, além dos elementos já apontados (pg. 65 nota 61), existe ainda um outro que dificulta a consideração da influência indireta das ações de cada empresa; — é a incerteza quanto à hipótese a fazer relativamente à atitude dos concorrentes: se estes manterão constantes os preços ou as quantidades oferecidas. A este elemento de incerteza ainda se poderá acrescentar os relativos ao grau de diferenciação alcançado pelo próprio produto, à repercussão que sobre o mercado terão as reações dos concorrentes, à habilidade e visão de negócios destes, à ação retardadora das imperfeições (atritos) do mercado, etc.

Nessas condições, fácil é ver que o número de situações imagináveis é imenso, sendo as soluções condicionadas pelas hipóteses feitas.

Portanto, soluções de carácter geral são precárias. Só o exame de cada caso individual, com a ponderação

(64) Esta solução é a de COURNOT para o oligopólio *loc. cit.* pg. 94.

(65) Acompanhamos aqui os tipos mais comuns que correspondem aos casos examinados por COURNOT, BERTRAND e EDGEWORTH e apresentados a título ilustrativo por CHAMBERLIN, *loc. cit.* p. 100-104.

dos diversos elementos que nele influem, fornecerá soluções realmente positivas, mas então essas, por sua vez, só terão valor específico.

Todavia, a consideração do que ocorre no pequeno grupo tem grande alcance para a completa compreensão dos casos concretos. Com efeito, mesmo quando é formalmente possível denominar “grande” um certo grupo de empresas, convém encarar cuidadosamente a possibilidade de comportar tal grupo sub-divisões ou sub-grupos que correspondam mais precisamente às condições de fato existentes. Assim, por exemplo, o comércio de tecidos de algodão de tipos leves pode ser subdividido em sub-grupos correspondentes a diversos tipos de clientela (homens e mulheres; poder aquisitivo alto, médio e baixo); o comércio varejista de uma cidade também pode ser dividido em sub-grupos correspondentes aos diversos bairros, etc. A primeira consequência é que o grau de concorrência realmente existente será muito melhor representado pelo sub-grupo do que pelo grupo geral, a-pesar-de sua aparente uniformidade. A segunda é que os sub-grupos assim formados também não possuem limites nitidamente demarcados, influenciando os elementos marginais de um grupo sobre os dos demais. No caso dos tecidos, os mais baratos da classe mais elevada concorrerão com os mais caros da classe média. No das casas comerciais, as dos limites externos de um bairro concorrerão mais estreitamente com as vizinhas do bairro adjacente do que com as do lado oposto do mesmo bairro. E, se considerarmos a concorrência sob outros aspectos, chegare-

mos à conclusão de CHAMBERLIN: é difícil formar agrupamentos nítidos que ultrapassem a empresa isolada. E essa é outra aproximação à teoria do equilíbrio geral.

Essa ligação de concorrentes, revelada pela análise de grupos que formalmente poderiam ser considerados grandes, recebeu o nome de “cadeia”, o qual bem representa o “encadeamento” das relações dos sub-grupos ou mesmo das unidades isoladas que entre si concorrem mais estreitamente do que com os demais elementos pertencentes ao “grande grupo”.

Muitas vezes na realidade pode verificar-se um resultado inteiramente diverso do indicado pela teoria dos grandes grupos, exatamente por se processarem relações em cadeia. Em certos casos haverá amortecimento de um movimento, devido à especialização do sub-grupo. Em outros casos a propagação de um “elo” para outro poderá produzir efeitos muito mais vastos e remotos do que seriam de esperar, se a difusão fôsse operada uniformemente através do grupo como prevê a teoria. E, nesse caso, o conhecimento das relações com os “elos” próximos poderá induzir os concorrentes à consideração dos efeitos totais (diretos e indiretos) de suas ações e, conseqüentemente, à conservação do “statu-quo” (hipótese *a*, pg. 64), o que estaria em completo desacôrdo com a teoria do grande grupo.

Outro caso, assaz freqüente, que merece ser analisado, devido ao alcance prático das conclusões, é o que ocorre quando existem considerações que impedem as sucessivas reduções de preços, representadas pelo des-

locamento da curva pp' sobre PP' (pg. 61-62, fig. 4, 5). Considerações dessa natureza podem surgir:

a) quando, existindo o encadeamento de pequenos sub-grupos concorrentes ⁽⁶⁶⁾, cada empresa, reconhecendo os inconvenientes da luta de preços ou levando em conta o fator “incerteza” (pg. 67), se abstém de iniciá-la, seguindo a política do “viver e deixar os outros viverem”;

b) por ignorância ou inércia dos interessados, que deixam de estabelecer seus preços em função da procura (que desconhecem e não investigam) ⁽⁶⁶⁾, contentando-se em fixá-los de acôrdo com a tradição, imitando outros, ou tomando como base o custo, adicionado de uma certa margem de lucro; essa tendência é reforçada em outros setores pelo respeito à ética profissional (pg. 53);

c) quando há receio de “desclassificar” o artigo, oferecendo-o a preço baixo, ⁽⁶⁷⁾ ou de tornar hesitante a clientela, fazendo-a crer que uma redução de preço seja prenunciadora de outras sucessivas;

d) se o preço for imposto ao vendedor por qualquer circunstância (pelo fabricante, associação de classe, etc.).

(66) Esta seria até certo ponto uma “imperfeição do mercado”.

(67) Muitas categorias de consumidores, incompetentes para julgar da qualidade de um produto, tomam como índice desta o preço.

Ocorrendo tal situação, o processo de ajustamento segue marcha diferente. Não havendo reduções de preços, a curva pp' não deslizará sobre PP' . Mas esta, tal como na fig. 5 a cada novo afluxo de emprêsas, que acarreta uma redistribuição do mercado, caminhará por etapas (P_2P_2' , P_3P_3' ,) para a esquerda até chegar à posição de tangência (P_1P_1'). Enquanto não atingir esta posição, cortará ela em pontos sucessivamente mais elevados (B_1 , B_2 , etc.) a curva dos custos; e nos trechos que ficarem acima dos pontos de intersecção, incluídos êstes, teremos posições de equilíbrio (com lucros normais ou acima do normal) para cada emprêsa, mas não para o grupo, cujos componentes irão aumentando em número. O único ponto de equilíbrio estável será o de tangência em T. Além ou aquém dêsse, ninguém mais terá interêsse em estacionar, pois ficará abaixo da curva dos custos.

Como é notório, a entrada de novos concorrentes em um campo já saturado pode-se processar por ignorância das condições nele reinantes, por falta de iniciativa para se dirigir a novos ramos de atividade, ou de conhecimento das oportunidades que êstes oferecem, mas o seu resultado é um só: aumento progressivo do custo, como ficou evidenciado no ajustamento há pouco descrito: a cada novo afluxo de concorrentes, marcha a curva PP' para a esquerda, acarretando continuamente alta do custo unitário e do preço.

A conseqüência é a superlotação de concorrentes e a manutenção dos preços em nível mais elevado do que

prevaleceria se êles, procurando melhorar sua posição, como no caso de pg. 60-63 lutassem, baixando os preços.

Assegurada, pela ausência de luta de preços, a obtenção de lucros normais, a anormalidade da situação passa despercebida e torna-se permanente.

É o que acontece em certos ramos das profissões liberais, do comércio varejista e mesmo da indústria. (68).

b) *Preço constante. Produto variável* (69). — Para isolar os efeitos da variação do produto, suporemos, tal como no caso da empresa, fixo o preço. Recorrendo ao artifício da empresa representativa, cujo diagrama de ajustamento ilustra o processo relativo ao equilíbrio de todas as empresas do grupo, admitiremos que as possibilidades de variação do produto são uniformes para todos os concorrentes. Essa hipótese — simétrica da relativa à identidade dos mercados, adotada no estudo da variação do preço — não exclue a diferenciação de produto, apenas pressupõe uniformidade no processo de variação.

Consideraremos somente a hipótese de ser livre a entrada e saída de empresas no grupo.

Em virtude de completa semelhança do processo, aproveitamos a figura 3 que já serviu para estudo de caso análogo em relação à empresa. — Sobre a reta PP, paralela ao eixo das abcissas, traçada à altura do

(68) Em S. Paulo, exemplos típicos são oferecidos pelas farmácias, açougues e pelos laboratórios de produtos farmacêuticos. Há excesso de estabelecimentos e acôrdo tácito, gerado por várias circunstâncias, que impede a luta baseada em preços.

(69) Já vimos a pg. 52-53 diversos exemplos da ocorrência dêste caso.

preço OP, fixado para o produto, serão marcados os pontos em que a cortam as curvas da procura correspondentes às diversas variedades dêste (deixamos de representar essas curvas de procura pelos motivos expostos à pag. 54). As abcissas dêsses pontos representam as quantidades de cada variedade que serão vendidas ao preço OP. Traçando as curvas de custo correspondentes a cada variedade, poder-se-ão comparar a receita e o custo totais relativos a cada caso e, portanto, poder-se-á determinar a variedade que, nas condições adotadas, proporciona maior lucro. Supondo já realizada tal investigação, admitamos que a curva $C_2C'_2$ represente a do custo correspondente a essa variedade "ótima" e que no ponto D a curva da procura dessa mesma variedade corte a reta PP do preço em vigor. Portanto, OF será a quantidade vendida, FD o seu preço, FE o custo unitário; OFDP a receita total; OFEH o custo total; HEDP o lucro máximo possível em face do preço OP e das demais condições. Esta, a condição ótima para a empresa, mas incompatível com o equilíbrio do grupo, pois a constatação da existência de lucros acima do normal acarretará a entrada de novas empresas que repartirão o mercado com as preexistentes. A curva da procura de cada empresa deslocar-se-á para a esquerda, levando consigo o ponto D. Se, em lugar dos lucros acima do normal, ocorressem prejuízos, dar-se-ia o êxodo de empresas tal como nos casos já examinados; nesse caso, o mercado de cada empresa aumentaria, a respetiva curva da procura caminharia para a direita, levando consigo o ponto D'.

É fácil ver que o movimento em qualquer sentido só parará quando D (ou D') atingir M. Aí, os lucros serão normais e não haverá razão para a empresa variar o produto, nem para entrarem ou saírem empresas do grupo. Em suma, M é o ponto de equilíbrio.

Ao mesmo tempo que se processam êsses movimentos de ajustamento do grupo, outros, promovidos pelas empresas existentes, com o intuito de melhorar a própria situação, poderão ter lugar. Estando fixado o preço, o único recurso que resta a cada uma para aumentar suas vendas consiste na melhoria do produto.⁽⁷⁰⁾ Essa alteração acarreta ao mesmo tempo aumento da procura, do custo e do lucro. Mas, repetindo o que já foi dito, o que a empresa representativa faz, todas farão, e o aumento de procura, induzido pela melhoria do produto, é repartido entre todas. De todo o movimento restarão os aumentos das vendas e do custo (curva mais elevada). Como se vê, o processo é perfeitamente simétrico do relativo à redução de preço.

No seu deslocamento para a direita e para cima a curva dos preços tem como posição limite a de tangência em T à reta PP (CoC' fig. 3). Acima dêsse ponto o custo excederia o preço e a produção cessaria. Neste caso as condições de equilíbrio seriam expressas pela igualdade do preço e do custo (ou da receita e do custo totais) e pela falta de incentivo para continuar a variação do produto.

Na realidade, os dois tipos de ajustamento podem realizar-se simultaneamente, reforçando cada um deles

(70) O que equiivale a uma redução de preço. (Cf. pg. 53).

a ação do outro no sentido da eliminação dos lucros anormais, que conduz ao equilíbrio do grupo.

c) *Variação simultânea do preço e do produto.*

— A análise dêste caso ficou assaz simplificada pela dos dois precedentes, de cuja combinação resulta.

Descoberto, por tentativas, como já foi indicado, para cada variedade do produto, o preço ótimo, isto é, o que proporciona maior lucro, pela comparação dêsses máximos relativos ter-se-á o máximo absoluto.

Estando todos os concorrentes na mesma situação, cada um fará o que os demais fizerem e daí resultará um ajustamento geral, que atribuirá a cada um o máximo lucro compatível com a procura e o custo. Se êsse lucro for superior ao normal, afluirão novas emprêsas para o grupo, redistribuir-se-á a procura com êsse aumento de número, deslocando-se a curva de procura para a esquerda, e a posição de equilíbrio será definida pela tangência da curva da procura à dos custos unitários (fig. 4) ⁽⁷¹⁾. Essa é a única situação de equilíbrio estável, pois, sendo normais os lucros, não haverá mais incentivo para a entrada ou saída de emprêsas e, ao mesmo tempo, não terão estas razões para alterar o produto, porquanto qualquer outra variedade trará receita menor e custo maior do que a adotada (que, por hipótese, é a ótima).

(71) A curva dos custos unitários CC'' deverá ser interpretada, neste caso, como correspondente à variedade ótima do produto:

III — Resumo

Antes de prosseguir em nosso estudo da concorrência baseada na diferenciação de produto, trataremos de remover as hipóteses simplificadoras que nos permitiram realizar a análise gráfica do processo de ajustamento e, ao mesmo tempo, resumir os resultados parciais até agora obtidos, deixando, todavia, claro deverem os mesmos ser completados após exame de outros aspectos do problema.

A conclusão fundamental a que chegámos, que podemos denominar “condição de tangência”, é a seguinte:

existindo plena liberdade de entrada e saída de empresas, o grupo estará em equilíbrio quando a curva de procura da empresa representativa tangencia a dos custos unitários.

Quando tal ocorre, cada empresa estará em equilíbrio; porque, em relação à quantidade produzida correspondente ao ponto de tangência, receita e custo marginais são idênticos ⁽⁷²⁾; a indústria também estará em equilíbrio, pois, sendo iguais, no ponto de tangência, receita total e custo total, não existirão lucros acima do normal ⁽⁷³⁾ e não haverá também motivo para entrada ou saída de empresas do grupo.

(72) Isso é evidente, pois a abscissa do ponto de tangência das curvas de procura e de custos também o é do ponto de encontro das curvas marginais de receita e de custos.

(73) Na curva dos custos unitários totais está incluída a remuneração mínima necessária para reter a empresa na indústria em aprêço.

Ora, fácil é de ver que a remoção das mencionadas hipóteses simplificadoras não altera a essência da referida conclusão, apenas introduz qualificações que a tornam adaptável às circunstâncias reais.

Com efeito, apesar de existirem grupos e subgrupos dentro dos quais prevalece certa uniformidade de dimensões, de custos e mesmo de condições de procura (composição mais ou menos semelhante das clientela), a realidade é que, em geral, são grandes as disparidades entre tais elementos, disparidades essas interdependentes e que se traduzem pela diversidade, de forma e de posição no plano, das curvas de procura e de custos pertinentes às diferentes empresas. Entretanto, essa diversidade não afeta os elementos fundamentais: a forma geral das curvas de procura (inclinada negativamente) e dos custos unitários totais (em U).

Por conseguinte, as variações de forma e de posição das citadas curvas só acarretarão deslocamentos dos pontos de tangência, que ficarão espalhados pelo plano — acima, abaixo, à direita, à esquerda do correspondente à firma representativa — evidenciando a diversidade de condições que a diferenciação de produto introduz e a teoria da concorrência monopolística reconhece. É exatamente esse aspecto que pusemos em relêvo, de outro ponto de vista, quando mostrámos a impossibilidade de construir curvas de oferta e procura para um mercado em que existe diferenciação de produto (pg. 55). E essa conclusão força outra: a concepção de equilíbrio traduzida pelo nivelamento da oferta e da procura só é aplicável à concorrência pura.

Onde se infiltram elementos monopolísticos, o equilíbrio se realiza sob outras condições: as compatíveis com a situação dos vendedores.

Resta-nos ainda dizer sôbre a curva dos custos unitários. Entre as nossas hipóteses figurava a de que os grupos operavam em regime de custos constantes e à pg. 58 demos as razões por que o fazíamos. Entretanto, só o exame de cada caso “per se” poderá dizer quais as condições que realmente prevalecem. E, se elas forem de custos crescentes ou decrescentes, nossas conclusões também não serão alteradas, pois no primeiro caso (crescentes) as curvas de custo das empresas subirão, se o grupo a que pertencem expandir a produção, ou descerão, se esta for contraída (74); no segundo caso (decrescentes) dar-se-á o inverso; portanto, tal como com as condições precedentemente examinadas haverá que considerar apenas deslocamentos de curvas no plano e, conseqüentemente, dos pontos de tangência.

Em suma, podem ser mantidas as conclusões gerais a que nos conduziu o estudo do ajustamento da firma representativa, desde que tenhamos presente que devemos considerá-lo meramente “ilustrativo” (na expressão de CHAMBERLIN) daquilo que ocorre nos casos reais, cuja diversidade é justamente posta em relêvo pela teoria da concorrência monopolística.

(74) Supomos sempre, tal como na concorrência pura, que a renda se acha incluída.

Eliminadas as restrições, passemos ao exame das demais conclusões a que chegámos, comparando-as com as relativas à concorrência pura.

Nesta ultima, como vimos, o equilíbrio da indústria se produz quando, para cada empresa, a curva da procura (reta horizontal) é tangente à curva dos custos unitários em seu ponto mais baixo (pg. 13). Na concorrência monopolística a condição de equilíbrio é a mesma mas, sendo a curva de procura inclinada negativamente, o ponto de tangência ficará à esquerda e mais acima do ponto mínimo da curva de custos, isto é, no trecho de custos decrescentes. Admitindo que esta ultima permaneça a mesma, quer a empresa se encontre em regime de concorrência pura, quer de concorrência monopolística, poderemos concluir que:

“a concorrência monopolística se processa em regime de custos decrescentes e conduz a preços mais elevados e à produção de quantidades menores dos que ocorreriam na concorrência pura”.

Dentro da mesma hipótese, atentando para as conclusões obtidas no exame da variação do produto e considerando que, se a mesma qualidade é vendida a preço mais elevado, a este preço, em regime de concorrência pura, obter-se-ia um produto superior, podemos afirmar que:

“em igualdade de preço, o produto vendido em regime de concorrência monopolística é infe-

rior ao que se obteria em regime de concorrência pura.”

Estando implícita na condição de equilíbrio (tangência das curvas) a inexistência de lucros acima do normal, isto é, superiores aos auferidos em regime de concorrência pura, concluímos que:

“na concorrência monopolística podem coexistir preços monopolísticos (isto é, superiores aos que vigorariam em regime de concorrência pura) e lucros normais (i. é., ao nível dos de concorrência pura).”

Sabemos que, a-pesar-de, em regra, haver diversidade, podemos contar com a existência de grupos dentro dos quais prevaleça sensível uniformidade de dimensões e outros elementos relativos às empresas; a êsses casos podemos aplicar diretamente a análise que fizemos da empresa representativa e então diremos que

“a uniformidade de preços entre os concorrentes não é incompatível com a concorrência monopolística, bastando para tal que as condições de custo e a elasticidade da procura sejam sensivelmente uniformes em todo o grupo.” (75).

(75) Essa hipótese realiza-se facilmente no pequeno comércio a varejo, de forma que todas as empresas de um grupo encontram o seu ponto de lucro máximo dentro de uma faixa muito estreita, que conduz a preços sensivelmente uniformes.

Reconhecendo a existência de situações em que os concorrentes, pelos motivos expostos à pg. 70, evitam a luta de preços dentro de grupos, nos quais a entrada e a saída são livres, podemos afirmar que:

“no regime de concorrência monopolística, mesmo em se tratando de grandes grupos (entrada e saída livres) a abstenção da luta de preços conduzirá à super-lotação ⁽⁷⁶⁾ do grupo e, conseqüentemente, a preços mais elevados e à produção de quantidades menores do que os que vigorariam no mesmo regime, se houvesse competição de preços.”

Sendo permanentes as causas, também o serão os efeitos e êsse desperdício, proveniente da super-lotação, disfarçada pela existência de lucros normais, constitui um elemento característico da concorrência monopolística, pois não pode ocorrer com caráter duradouro em regime de concorrência pura.

Finalmente, considerando os casos em que não é livre a entrada de novas empresas nos grupos (patentes, marcas registradas, localização privilegiada, etc.) e em que é levada em conta a influência indireta das modificações de preço (ligações em cadeia, etc.) somos levados a concluir que, não havendo redistribuição das vendas, ocasionada pela entrada de novos concorrentes, ou sendo ela feita em escala reduzida, o deslocamento da curva PP' durante o ajustamento não se processará,

(76) “Excess capacity”.

até atingir o ponto de tangência à curva dos custos, i. é, ficará ela à direita desse ponto, continuando a subsistir lucros em excesso do normal.

Então, poderemos dizer que:

“nos grupos onde não prevalecerem condições de entrada e saída livres ou onde forem também consideradas as consequências indiretas das alterações de preço, o equilíbrio poderá ser atingido sem atender à condição de tangência das curvas de procura e dos custos unitários, isto é, subsistirão lucros monopolísticos.”

Do até agora exposto se conclue que em troca de preços mais altos, quantidades menores e desperdícios oriundos da super-lotação, o regime da concorrência monopolística só proporciona ao comprador maior variedade de produtos e mais ampla liberdade de escolha. E ao vendedor, nem sempre lucros acima do normal.

* * *

Passemos agora à consideração dos custos de venda. À pg. 49 definimo-los como os que são suportados com o intuito de criar ou de aumentar a procura de um produto. Na verdade constituem eles um dos fatores fundamentais da diferenciação destes e a rigor só têm razão de ser onde ela existe. Em regime de concorrência pura não há lugar para tais custos pois, por

definição (produto homogêneo), não há o que distinguir e, além disso, o mercado é tal que, ao preço nele vigente, o vendedor pode colocar toda a sua produção (77).

Os custos de venda são fundamentalmente distintos dos de produção. Estes produzem *bens* e *serviços*; aqueles produzem *procura*. O critério para a separação entre uns e outros é, pois, o seguinte: são custos de venda os que visam alterar, em forma e posição, a curva da procura, isto é, têm por objetivo adaptar a procura ao produto; são custos de produção os demais, isto é, os que procuram adaptar o produto à procura (78).

Os custos de venda compreendem as seguintes categorias:

- a) propaganda;
- b) departamentos de “promoção de vendas”;
- c) comissões a revendedores;
- d) exposições, demonstrações, etc.

A sua principal finalidade é, como ficou dito, a criação ou aumento da procura, o que se traduz pela modificação da forma e da posição da respectiva curva. Todavia, contribuem eles para tornar o mercado mais perfeito (79), difundindo o conhecimento da exis-

(77) Poderíamos acrescentar que o esforço de cada vendedor, além de ser insignificante em face do vulto do grupo, aproveitaria a um grande número de concorrentes, produzindo, portanto, um resultado que não estaria em proporção com o dito esforço.

(78) CHAMBERLIN, *Loc. cit.* pg. 123 e seg.

(79) V. pg. 22.

tência de outras variedades e de outros vendedores da mesma classe de produtos, tornando possíveis as comparações de preços, etc. Assim, por exemplo, uma redução de preços só pode alcançar os efeitos visados, se chegar ao conhecimento das camadas de compradores potenciais do artigo, afetando, dessarte, a forma da curva de procura, tornando-a mais elástica (80).

A difusão do conhecimento da existência de um produto, de suas qualidades, dos múltiplos usos que pode ter (81) para satisfação de várias necessidades, etc., por sua vez afeta a posição da curva da procura, deslocando-a para a direita. Ainda poderíamos mencionar, visando êsse mesmo efeito, as manipulações, mais diretamente ligadas à propaganda, para associar um nome patentado a toda uma classe de produtos, de forma a identificá-la com tal nome; o emprêgo de artifícios psicológicos afim de explorar os sentimentos mais diversos dos compradores e encaminhá-los para certos produtos. (82)

Em suma, onde houver possibilidade de corrigir conhecimentos imperfeitos (influindo sôbre a escôlha dos meios destinados a satisfazer as necessidades existentes) ou de modificar gostos (alterando a escala de

(80) Em geral a parte superior da curva torna-se menos elástica, pois os compradores ficam mais fortemente ligados ao produto, ao passo que a parte inferior (preços baixos) mais elástica, pela facilidade de atrair novos.

(81) Êste é um processo para aumentar a procura de um produto existente. Ex.: fermentos para fabricação de bolos, etc. indicados como fontes de vitaminas.

(82) V. pg. 33, nota 30.

preferências do comprador, substituindo umas por outras ou, pelo menos, mudando sua importância relativa no espírito dêste) haverá campo remunerador para as despesas de venda.

Na atualidade o problema da criação e aumento da procura é tão vasto e importante para o empresário quanto o da redução dos custos de produção.

Sejam de que natureza forem, tais esforços para criar ou aumentar a procura se traduzem em custos que, juntamente com os de produção, devem ser recuperados no preço de venda ou, em outras palavras, incorporados à curva dos custos.

Vejamos, pois, como incorporá-los e até que ponto, tal como no caso das de produção, a empresa e o grupo devem estender tais despesas.

Preliminarmente é necessário conhecer a forma geral da curva dos custos de venda. E' mister determinar a lei que rege a variação da quantidade vendida em função das despesas realizadas para vendê-la ⁽⁸³⁾. Para tanto devemos investigar qual o tipo de rendimento que elas proporcionam — crescente, decrescente ou constante. Esse estudo só pode ser feito supondo determinada a qualidade do produto e fixo o seu preço, pois, variando qualquer deles, também variaria a quantidade vendida, de sorte que seria impossível separar os dois efeitos superpostos. Além disso, também é necessário supor fixos os preços, as qualidades e as despesas de venda dos concorrentes (*cæteris paribus*).

(83) Excluídos, evidentemente, os custos de produção.

A enumeração, feita à pg. 83, dos meios empregados para criar ou aumentar a procura, torna evidente que, em última análise, os custos de venda remuneram os fatores elementares da produção: natureza, trabalho, capital e empresa. Portanto, o problema a resolver é análogo ao que se apresenta na produção: determinar — tendo em conta os preços dos fatores e a despesa total a realizar — a combinação ótima, isto é, a mais eficiente. Tal combinação depende também, como é natural, da natureza do produto e da do mercado onde ela deve atuar. A magnitude da despesa, que é função da do mercado, influe sobre a combinação dos fatores porque a natureza e a qualidade destes dela dependem. Certos recursos mais eficientes, elementos de elevada qualidade, altamente remunerados, só podem ser empregados quando a despesa total os comporta. Sendo indivisíveis, não podem ser empregados fracionadamente em combinações de pequeno custo.

Além disso, à medida que aumenta o emprego dos fatores, crescem as possibilidades de sua especialização: da divisão do trabalho ao uso de novos meios que comportam organizações mais aperfeiçoadas do conjunto.

Temos, portanto, no que se refere ao emprego dos meios — quer quanto à sua combinação, quer quanto à organização e administração do conjunto — pronunciada tendência para rendimentos crescentes com o aumento das despesas de venda.

Relativamente à ação sobre o mercado, constatamos duas tendências: uma, inicial, para rendimentos

crescentes; outra, que se manifesta em fase posterior, para rendimentos decrescentes.

A necessidade de insistir para penetrar no mercado — quebrando hábitos, deslocando outros produtos — exige esforços adicionais, sucessivos, que apresentam a peculiaridade de produzirem resultados cumulativos. Nessa fase aparecem rendimentos crescentes, isto é, custos decrescentes, pois são atingidas as camadas de compradores que têm maior receptividade para o produto e, conseqüentemente, oferecem menos resistência aos esforços dispendidos para vendê-lo. Quando essas camadas estão vizinhas à saturação, aparece, inevitavelmente, a fase de rendimentos decrescentes, pois passam a corresponder em proporção cada vez menor aos dispêndios.

O mesmo se dá com os esforços empregados em outras camadas de menor poder aquisitivo ou que, por qualquer outro motivo, não se interessam pelo produto.

Como se vê, o quadro é perfeitamente igual ao que se apresenta no caso dos custos de produção.

Podemos, portanto, concluir ser a forma geral da curva, em ambos os casos, a mesma, isto é, em U (fig. 6, curva VV').

Os atributos de forma e posição de cada curva dependerão da natureza e do preço do produto, bem como dos daqueles que com êle concorrem.

Para poder traçá-la, precisamos, portanto, supor fixos todos êsses elementos.

As propriedades expostas são independentes do tempo, isto é, valem para a unidade de tempo, qualquer

que ela seja, bastando, ao interpretar os resultados, ter em conta o período para o qual a curva foi construída (em geral um exercício: semestre ou ano).

À vista do exposto, o problema — combinar a curva dos custos de venda com a dos custos de produção — se reduz ao de simples adição de ordenadas, correspondentes às mesmas abscissas, das duas curvas.

Passemos agora ao exame do equilíbrio da empresa e do grupo em face da curva de custos totais (custos de produção + custos de venda).

I-A — Equilíbrio da Empresa. (84)

Seguindo o método precedentemente usado para estudar o equilíbrio da empresa, isolamo-la do grupo, supondo fixos os preços, as qualidades e as despesas de venda dos demais concorrentes. Por sua vez, ao analisar o caso específico, faremos variar separadamente cada um desses elementos, com os quais joga a empresa para atingir seu objetivo — obtenção do máximo lucro —, combinando-os a seguir dois a dois, e, finalmente, consideraremos a sua variação em conjunto. Essa sub-divisão, como bem diz Chamberlin, além do mérito de facilitar a solução do caso mais complexo, tem o de estudar hipóteses que também ocorrem na realidade.

(84) Este tópico é numerado I-A — afim de tornar patente ser a matéria nele versada pertinente à do tópico I de pg. 51.

a) *Preço e produto constantes. Despesas de venda variáveis* (fig. 6). Dados a curva de custos de produção CC' e o preço fixado OP , adicionamos às ordenadas daquela as da curva dos custos de venda VV' ⁽⁸⁵⁾. Teremos, assim, a curva dos custos totais TT' . Construindo a curva dos custos marginais tt' , e tirando por P ⁽⁸⁶⁾ uma paralela ao eixo das abcissas, encontraremos em M o ponto de equilíbrio, pois além da quantidade OA não convirá estender as vendas por diminuírem os lucros ($HBMP$) e aquém de OA haverá vantagem em ampliá-las, pois podem ser aumentados os lucros. Se o preço for OP_1 , os lucros serão apenas normais: se for OP_2 , a empresa deixará de vender, pois tem prejuízo, ou mudará as condições (preço e produto). Portanto, o ponto de equilíbrio da empresa (em qualquer das duas primeiras hipóteses) é atingido quando o custo marginal (total) for igual ao preço.

b) *Produto e despesas de venda constantes. Preço variável* (fig. 7). A curva representativa dos custos de venda é, evidentemente, uma hipérbole eqüilátera (VV'); a sua adição à curva dos custos de produ-

(85) Sendo o preço OP fixo teremos:
para vender a quantidade q_1 é necessária a despesa de venda d_1 ;
para vender a quantidade q_2 é necessária a despesa de venda d_2 ;
e assim por diante. Então $\frac{d_1}{q_1}$ será a ordenada a acrescentar à do custo de produção correspondente a q_1 .

(86) Essa reta não representa a curva de procura individual, tal como na concorrência pura. É apenas o lugar geométrico dos pontos, correspondentes ao preço OP , das curvas de procura relativas às despesas d_1 (v. nota supra).

ção (CC') deslocará o ponto mínimo da curva dos custos totais (TT') mais para a direita. Combinando esta curva com a da procura do produto (PP'), determinaremos, com o auxílio das curvas marginais de ambas ⁽⁸⁷⁾, o ponto M , correspondente ao máximo lucro. Se PP' fôsse tangente em G a TT' , os lucros seriam apenas normais. Se estivesse à esquerda de PP' , não haveria produção.

c) *Preço e despesas de venda constantes. Produto variável.* (Fig. 3.). A análise é idêntica à do tópico b de pg. 52. Basta supor que a curva de custos ($C_2C'_2$) nela representada é a de custos totais (produção + vendas). Da comparação dos lucros correspondentes às diversas variedades resultará a escôlha.

d) *Combinação dos elementos dois a dois.* Fazendo variar a qualidade do produto e o preço, mantendo constantes as despesas de venda, construiremos uma família de pares de curvas de procura e de custos totais (incluindo custos de venda), correspondendo cada par a uma variedade do produto. Determinado o ponto ótimo para cada variedade, por comparação teremos a variedade e o preço ótimos para o nível considerado de despesas.

Fazendo variar a qualidade do produto e as despesas de venda, mantendo constante o preço, a análise é idêntica à do tópico acima (c) apenas com a alteração consistente na mudança do tipo da curva de custos de venda.

(87) tt' custo marginal; rr' receita marginal.

Fazendo variar as despesas de venda e o preço, mantendo constante a qualidade do produto, poderíamos construir um diagrama a três dimensões (fig. 8) (88). Em face das dificuldades que apresenta êsse tipo de diagrama, preferimos usar as projeções, sôbre o plano poq, das curvas de “igual despesa de vendas” (curvas de nível) da superfície correspondente à representação no espaço. O índice de cada par de curvas de procura e de custo representa o nível das despesas de venda relativo às mesmas. Dessarte, o problema pode ser tratado da maneira acima descrita. A comparação das diversas soluções indicará a combinação ótima.

e) *Variação simultânea dêstes elementos.* Neste caso também poderíamos recorrer à representação no espaço, obtendo tantas superfícies, análogas à descrita no caso anterior, quantas as variedades do produto consideradas. O problema da escolha da combinação “ótima” seria mais trabalhoso, mas não apresenta dificuldade digna de nota.

II-A — Equilíbrio do Grupo. (89)

A marcha a seguir continua a mesma. Hipóteses simplificadoras quanto á estrutura do grupo, estudo prévio da variação isolada de cada elemento — quali-

(88) A construção indicada não pode ser feita para os casos em que varia a qualidade do produto por não ser possível representá-la quantitativamente.

(89) A numeração obedece ao critério indicado à pg. 88, nota (84).

dade do produto, preço, despesas de venda — constatação do efeito combinado da variação desses três elementos sobre a posição final de equilíbrio, isto é, determinação do limite dos custos de venda.

A consideração dessas etapas, além do valor metodológico — subir do simples ao complexo — tem utilidade para fins de aplicação, pois, como já foi evidenciado anteriormente, na realidade também ocorrem tais casos de variação isolada.

Posteriormente, serão estudados os casos do pequeno grupo e da ligação em cadeia e, finalmente, removidas as hipóteses simplificadoras, dando-se pleno reconhecimento à diversidade de condições — dimensões, qualidades do produto, procura, natureza do mercado, etc. — em que se encontram na realidade as emprêsas do grupo.

Um aspecto interessante, evidenciado pela consideração dos custos de venda, e que constitue mais um passo na direção da teoria do equilíbrio geral, é o da interdependência dos grupos em face dos efeitos de tais custos. Neste caso é realmente muito difícil supor o grupo isolado, desprezando os deslocamentos que os esforços para vender, dispendidos pelas emprêsas de um grupo, determinam em outros grupos. Naturalmente, a magnitude de tais efeitos depende da natureza dos mercados e dos produtos, do grau de diferenciação existente dentro do grupo, da extensão deste, etc.

Todavia, é inevitável a consideração dos efeitos “inter-grupos”, pois, em grande número de casos, as vantagens conquistadas com a propaganda são mais

em detrimento de outros grupos do que dos componentes do grupo considerado. Se êstè for pouco diferenciado, e um dos seus membros fizer esforços que consigam deslocar a procura dos demais, êstes, por sua vez, farão o mesmo e a redistribuição daí decorrente deixará tudo como dantes, inclusive distribuindo mais ou menos uniformemente o acréscimo de procura adquirido com tais esforços. Se os produtos do grupo forem muito diferenciados, será mais difícil quebrar velhos hábitos, ligados aos concorrentes, do que criar maior procura atraindo novos compradores. Estas são considerações de caráter geral, pois, só a apreciação dos elementos em jôgo em cada caso particular poderá levar a uma conclusão mais precisa.

Portanto, ao examinarmos as diferentes hipóteses costumeiras, levaremos em conta também o fato da criação de “nova” procura, em detrimento, naturalmente, de outros grupos, sem, todavia, indagar das reações dêstes. Ao estudar a emprêsa representativa, suporemos sempre que as despesas de venda das demais permanecem constantes.

a) *Preço e produto constantes. Despesas de venda variáveis.* Examinemos primeiramente o caso em que sòmente ela dispênde (fig. 6) para vender ao preço OP, tal como na hipótese (a) de pg. 89. Como sempre, CC' é a curva dos custos de produção, VV' a dos custos de venda ao preço OP, TT' a dos custos totais (soma de CC' e VV'), OQ a quantidade vendida ao preço OP, sem despesas de venda. Se só a emprêsa fizesse tais despesas (EDBH), as suas vendas subi-

riam para OA ⁽⁹⁰⁾, baixando o custo de produção para AD e o total para AB, deixando um lucro medido pela área HBMP. Repetindo o raciocínio anteriormente feito, diremos que se uma empresa tomar tal iniciativa, todas a tomarão (pois estão em idênticas condições), com mais forte razão ainda se o lucro supra indicado for obtido, em parte, à sua custa.

Diante da nova situação, em que todas dispendem os mesmos esforços para venda, podemos fazer duas hipóteses: ou o grupo é isolado ou obtém aumento de procura em detrimento de outros.

A curva II' (fig. 9) representará, então, o custo total (custos de produção + custos de venda, ao preço OP, que são os mesmos para todos), convindo relembrar que o seu ponto mais baixo está à direita do ponto mais baixo de CC'.

Se o grupo for isolado, ficarão todas as empresas no ponto inicial G (os ganhos e perdas de clientes se compensam dentro do grupo), as despesas PFGH serão em pura perda para todas. Se houver, então, êxodo de algumas, a redistribuição do mercado permitirá ampliar as vendas até OQ, baixar o custo e eliminar as perdas, restabelecendo a normalidade.

Se não houver êxodo, uma empresa, aumentando as despesas, poderá escapar ao prejuízo. Seja, pois, TT' a curva de custo total (produção + vendas) dessa empresa, na hipótese que a das outras seja II'. Evi-

(90) Determinada pela intersecção da curva do custo marginal com a reta PP.

dentemente ela deverá tocar II' em G, correspondente à abscissa OE, pois, para vender OE, é necessário dispendir PFGH. Para vender mais de OE é necessário dispendir mais, portanto, além de E deverá estar acima de II' .

Se o ponto mínimo de TT' estiver abaixo de PP, determinaremos, da forma costumeira, o ponto M de máximo lucro (DBMP), correspondente à quantidade OA, baixando o custo de produção para AR e o total para AB ⁽⁹¹⁾. Mas, quando uma empresa encontra vantagem em tal fazer, as outras também o farão e o resultado será o aumento geral de dispêndios, representado pelo deslocamento de II' para a direita, levando consigo TT' ; o prejuízo aumentará com o crescimento da área PFGH, produzido pelo deslocamento de II' . Chegar-se-á a um ponto em que tais prejuízos provocarão o êxodo já descrito, redistribuição com aumento da quantidade para OQ, baixa de custo e equilíbrio até que uma empresa, percebendo no aumento das despesas de venda uma oportunidade para melhorar sua posição, recomeçará o movimento sobre uma nova curva TT' , que passará, pelos motivos já expostos, pelo novo ponto de equilíbrio K. II' caminhará para a direita levando consigo TT' e tudo se passará como se o ponto de intersecção das duas curvas se deslocasse para a direita sobre PP. Mas, à medida que se processa tal movi-

(91) Deixamos de considerar o caso do ponto mínimo, de TT' estar acima de PP pois significaria perdas, redução de número de empresas etc. A hipótese de tangência será considerada a seguir. A curva do custo total marginal não figura no desenho para não o sobrecarregar.

mento a ordenada do ponto de intersecção se aproxima da ordenada LN, correspondente ao mínimo de CC', além da qual CC' (custos de produção) passa a crescer. De outro lado, os custos de venda também passarão a crescer (pg. 87). Teremos duas forças a trabalhar para fazer TT' girar em torno do ponto de intersecção com II', aproximando-a da posição de tangência a PP. Quando atingir tal posição, a empresa estará em equilíbrio, pois não encontrará mais vantagem em aumentar ou diminuir as despesas de venda (LNSP) para expandir ou contrair sua produção. Pelas razões expostas, II' passará pelo ponto de tangência e o grupo também estará em equilíbrio, não existindo mais incentivos para a entrada ou saída de empresas. Aliás, II' está sujeita às mesmas tendências, que reforçam as de TT', mas, como esta chega antes à posição de tangência, aquela nunca a atinge.

Já acentuámos (pg. 94) que o ponto mínimo de II' está sempre à direita do de CC'. Por sua vez, o de TT' está sempre à esquerda do de II'. Consequentemente, esse mínimo (que é o de tangência, quando há equilíbrio) *poderá* ficar à direita do de CC' (92). Nesse caso, a quantidade produzida seria maior do que a correspondente ao equilíbrio em regime de concorrência pura e confirmaria o que asseguram os apologistas da propaganda. Mas nem sempre se verificam as condições que conduzem a tal resultado.

(92) Esta hipótese se verificará se II' e TT' forem quasi coincidentes nas vizinhanças do ponto de intersecção (ângulo entre as curvas muito pequeno).

Passemos agora à segunda hipótese: o aumento de procura pode ser obtido à custa de outros grupos, isto é, todo o grupo ganha com os dispêndios feitos por algum ou todos os seus membros. Podemos aproveitar, nesta análise, os elementos reunidos para a precedente. Com efeito, se admitirmos que as despesas medidas pela área PFGH podem trazer aumento de procura para o grupo, êsse aumento poderá ser menor, igual ou maior do que EQ. No primeiro caso, haverá ainda êxodo de emprêsas, mas em escala menor do que na primeira hipótese; no segundo, o número de emprêsas não sofrerá alteração, pois a situação será de lucros normais, e no terceiro haverá lucros acima do normal e, conseqüentemente, aumento do número de emprêsas. Reproduz-se então o processo de aumento de despesas com a correlativa marcha de II' e TT' ao longo de PP, mas como elas são agora mais produtivas, pois trazem aumento de procura a expensas de grupos externos, o seu custo unitário baixa mais do que na hipótese anterior e o ponto mínimo de TT' irá mais para a direita, o que leva á conclusão de que a quantidade produzida será maior do que na referida hipótese, o que, aliás, era de esperar.

b) *Produto e despesas de venda constantes. Preço variável.* Já vimos, na análise do equilíbrio da emprêsa, que a curva de custos totais, TT' , resulta da adição às ordenadas da curva de custos de produção, CC' , das da hipérbole VV' que representa os custos de venda constantes. Sendo variável o preço, devemos também juntar ao sistema, tal como no referido caso,

as curvas de procura do produto: PP' e pp' . Nessas condições, a análise feita a pg. 61-63 (onde não foram consideradas as despesas de venda) aplica-se integralmente ao caso presente.

O equilíbrio será atingido quando pp' for tangente a TT' , passando PP' pelo ponto de tangência.

c) *Preço e despesas de venda constantes. Produto variável.* Basta substituir no estudo de pg. 72-73, onde não se consideraram os custos de venda, a curva de custo de produção CC' pela curva TT' , referida no tópico anterior (b), para termos a análise do presente caso. Como o ponto mínimo de TT' está à direita do de CC' , se também se verificar a condição de tangência de TT' à reta PP (preço fixado), a quantidade produzida será superior à correspondente à concorrência pura.

d) *Variação simultânea do preço, do produto e das despesas de venda.* O problema do ajustamento pode ser estudado como no caso da empresa, lembrando apenas que o equilíbrio do grupo exige eliminação de prejuízos ou de lucros anormais, o que será alcançado com os movimentos estudados isoladamente nos tópicos anteriores — rotação e deslocamento das curvas de custos de vendas; translação, para a direita, ou para a esquerda, das curvas de procura; variação da qualidade do produto.

Do ponto de vista das grandezas consideradas, definir-se-á a posição de equilíbrio, em relação à qualidade “ótima” do produto, correspondente às condições do

caso, ao preço e aos custos de venda, da seguinte forma: não haverá vantagem em alterar as despesas de venda referentes ao preço de equilíbrio, nem tão pouco em alterar o preço em relação às despesas de venda relativas à posição de equilíbrio.

PEQUENO GRUPO. Todas as considerações feitas a pg. 64-67 para o caso de variações de preço são igualmente válidas, "mutatis-mutandis", para os custos de venda. Sendo pequeno o grupo, a influência da atitude de um sobre as vendas dos demais é sensível e pode acarretar represálias. Se tal hipótese for tomada em consideração, a campanha não será iniciada. Se não for considerada, por um dos motivos indicados à pg. 67, os resultados serão os ali descritos. A única conclusão que podemos tirar é, pois, que o montante das despesas de venda ficará compreendido entre zero e o total LNSP, correspondente ao caso de pg. 95-96 (fig. 9), relativo ao grande grupo.

Em conexão com o problema do pequeno grupo poderemos encarar também o da super-lotação, que surge quando, pelos motivos expostos à pg. 70, deixa de se manifestar a concorrência de preços.

Nesse caso, sendo a mesma a curva de procura (PP'), o ponto de tangência desta com a de custos totais (TT') que, como é natural, está acima da de custos de produção (CC'), fica à direita do ponto de tangência com esta última. Isto significa que as despesas de venda acarretam aumento da quantidade vendida e do preço.

III-A — Resumo

Cabe agora remover, como já foi feito em fase precedente, as hipóteses simplificadoras.

As iniludíveis dificuldades que apresenta o problema dos custos de venda foram contornadas de duas maneiras, que correspondem a casos reais:

a) considerando tais custos como parcela dos custos fixos e empregando na análise a curva de procura que a eles corresponde ⁽⁹³⁾;

b) supondo fixado o preço e tratando os custos de venda como custos variáveis, destinados a conseguir a venda de quantidades crescentes do produto por aquele preço ⁽⁹⁴⁾.

No primeiro caso, a cada importância global empregada em despesas de venda correspondem uma curva de procura e uma de custos. No segundo, a cada quantia relativa ao preço fixado correspondem um ponto da curva de custos e uma curva de procura.

Em suma, as curvas de procura deslocar-se-ão no plano, certos trechos delas tornar-se-ão menos elásticos, outros mais elásticos ⁽⁹⁵⁾ mas as suas características gerais não mudam. O mesmo acontece com as curvas

(93) V. pg. 85 a 88 e fig. 7.

(94) V. pg. 89 e fig. 6.

(95) V. pg. 84 nota 80.

de custo: a adição dos custos de venda também as desloca para cima e para a direita e influe sobre a sua forma. Mas, como vimos, essas mudanças de forma e de posição em nada alteram as condições fundamentais do problema e a natureza das forças que conduzem ao equilíbrio. Portanto, se considerarmos a análise da empresa representativa como simplesmente ilustrativa do que ocorre na realidade, teremos apenas de certificar-nos de que o equilíbrio será atingido em níveis diversos — de produção, de preços e de custos de venda — para os diferentes produtos que concorrem, mas que a condição de eliminação de lucros anormais ou de prejuízos prevalecerá sempre, desde que não haja obstáculos à entrada de novas empresas no grupo. Quando existirem obstáculos, de qualquer um dos tipos por nós já estudados, ou considerações que impeçam a luta de preços, então haverá lugar para lucros monopolísticos, isto é, acima do normal. Os esforços para vender — principalmente a propaganda — acentuam essas tendências, pois contribuem para fortificar a posição dos monopolistas dentro dos respectivos campos, criando ou aumentando a procura.

Como sempre, a entrada livre (lucros normais) fica ligada à posição de tangência das curvas e a formação de grupos restritos exprime-se graficamente pela colocação do ponto de equilíbrio à direita do de tangência.

De um modo geral, poderemos dizer que as despesas de venda serão ajustadas de forma a produzirem o máximo lucro compatível com as condições do pro-

blema. A forma que toma esse ajustamento, aqui expresso em termos gerais, foi pormenorizadamente exposta ao ser examinado cada caso particular.

Resta apenas comparar os resultados obtidos nas análises da concorrência monopolística efetuadas com e sem consideração dos custos de venda. Vimos que a curva dos custos totais (produção + venda) é mais inclinada e fica à direita da curva dos custos de produção e que a curva de procura, sob a influência das despesas de venda, desloca-se para a direita, torna-se menos elástica em sua parte superior e mais elástica na parte inferior ⁽⁹⁶⁾.

Nessas condições, é muito provável que o ponto em que se tangenciam as duas novas curvas (de custos totais e de procura) fique à direita do ponto em que se tangenciam as curvas de custos de produção e de procura (sem despesas de venda). Evidentemente, só o exame de cada caso particular torna possível uma resposta segura, mas a hipótese mais provável é a que acabamos de indicar ⁽⁹⁷⁾. Quando ela se realizar, a quantidade vendida será maior que a correspondente à hipótese de não existência de custos de venda.

O preço será, em geral, superior ao que vigoraria se se houvessem de considerar apenas os custos de produção. Todavia, se os custos de venda forem muito reduzidos, isto é, se as duas curvas de custos (de produção e totais) ficarem muito próximas uma da outra, e se a curva de procura se tornar muito mais elástica

(96) V. pg. 84 nota 80.

(97) A pg. 96 nota 92 vimos um exemplo desta ocorrência.

por virtude das despesas de venda, então é possível que o ponto de tangência à direita fique abaixo do outro, a-pesar-de esta se encontrar sôbre a curva inferior. Mas o próprio enunciado mostra que não se trata de hipótese muito provável.

Em suma pode-se afirmar que, em regime de concorrência monopolística, as despesas de venda influem nas quantidades e nos preços:

— a ação sôbre as quantidades se exercerá mais provávelmente no sentido de fazê-las crescer; o efeito sôbre o preço é mais incerto, pois depende da magnitude dos custos de venda e da variação induzida na elasticidade da curva de procura.

A comparação entre a concorrência pura e monopolística é mais árdua, principalmente se levarmos em conta os custos de venda, pois então as curvas de custos e de procura não são mais independentes. Todavia, supondo que sejam idênticas as curvas de custos em ambos os casos, tendo presentes as considerações sôbre a elasticidade da curva de procura que serviram de base às conclusões supra, bem como as de pg. 89 e 94 relativas à posição da curva de custos totais, poderemos dizer:

“em casos especiais, as condições introduzidas pelas despesas de venda poderão levar a posições de equilíbrio em que a quantidade produzida em regime de concorrência monopolística será maior que a correspondente ao

regime de concorrência pura. Entretanto, mesmo nesses casos, o preço está sempre mais elevado" (98).

Conclusões mais precisas não se podem formular, pois, como acentuámos mais de uma vez, a extrema diversidade das situações reais não permite o seu enfeixamento em padrões rígidos.

Só o exame de cada caso "per se", com o auxílio dos instrumentos de análise acima descritos e empregados, no-las poderá fornecer. Mas a tarefa não é fácil, pois não o são os problemas oferecidos pela construção das curvas de procura e pela consideração dos custos de venda.

Mesmo assim, as conclusões de carácter geral já obtidas compensam o esforço empregado. Inegavelmente, mais um passo para a frente foi dado pela análise económica.

(98) E' fácil ver porque: em regime de concorrência pura, na posição de equilíbrio a curva de procura (horizontal) é tangente à de custos de produção no ponto de mais baixo desta. Ora, em regime de concorrência monopolística, além da curva de procura não ser horizontal, qualquer ponto de curva de custos totais (produção + vendas) está acima do ponto mínimo da curva de custos de produção. Baseado nestes fatos, CHAMBERLIN diz que o preço em regime de concorrência monopolística está sempre dois degraus acima do correspondente à concorrência pura: 1.º) pela inclusão dos custos de venda; 2.º) por ser a tangente inclinada negativamente.

CAPITULO III

SÍNTESE E CRÍTICA

No primeiro capítulo resumimos o processo evolutivo que, iniciando-se com a crítica da teoria clássica da concorrência, conduziu à formulação dos conceitos fundamentais que tornaram possível a edificação da teoria da concorrência monopolística. Mostrámos também a identidade de alguns desses conceitos com os formulados muitos anos antes por Pareto.

No segundo capítulo expusemos em linhas gerais, comentando e esclarecendo, a teoria da concorrência monopolística. Desenvolvemo-la, combinando as exposições de Chamberlin e Robinson, pois em muitos pontos ambas se completam. Seguimos mais de perto a de Chamberlin — por ser mais compreensiva, perfeita e desassombrada em relação às dificuldades — procurando, todavia, aperfeiçoá-la, onde oportuno, com o uso de conceitos, explicações e processos de análise tirados da obra de Robinson. Em suas partes principais as teorias desses dois autores se superpõem, mas cada uma apresenta peculiaridades que a distinguem perfeitamente da outra.

Chamberlin preocupa-se principalmente com a precisão conceitual e a investigação profunda da natureza dos fatos. Robinson cuida de preferência da elegância e precisão do instrumento de análise. O seu livro "Economics of Imperfect Competition" apresenta-se como uma "caixa de ferramentas", um "ensaio sobre a técnica da análise econômica". A muitas dificuldades foge ela, supondo implícitos, nas curvas de procura e de custos que utiliza, elementos que deveriam ser objeto de pesquisa. (99).

A peculiaridade técnica mais notável do sistema de Chamberlin consiste, como vimos, no engenhoso emprêgo de curvas que retratam a situação e a conduta de uma firma representativa de todo o grupo, enquanto se processa a marcha para o equilíbrio. A-pesar-de termos apresentado conclusões sob forma absolutamente geral (100) e independente dêsse método de exposição, por dois motivos não nos dispensámos de reproduzi-lo, ainda que de maneira assaz resumida. Primeiramente, pela sua originalidade e valor ilustrativo; em segundo lugar, por constituir uma inovação radical na metodologia dos equilíbrios particulares, cuja aproximação à do equilíbrio geral viemos assinalando no decorrer de nosso trabalho.

Passemos agora ao mérito da teoria em geral.
Introduzindo:

(99) V. pg. 25 e 56.

(100) V. pg. 64, 76 e 101.

a) o conceito fundamental de diferenciação de produto;

b) o estudo da “variação do produto” ao lado do da “variação de preço”;

c) a consideração dos “custos de venda”, conseguiu ela imprimir caráter mais realista à teoria do valor e abrir novos horizontes à investigação. Fundamental é o conceito de diferenciação de produto porque dele promana o resto. Sem “diferenciação”, isto é, com produto homogêneo, não há lugar para “variação” nem para “despesas de venda”.

Com efeito, a mais superficial observação evidencia a cada momento que a luta em relação à “qualidade” (produto + serviços que o acompanham) está-se tornando mais importante do que a relativa ao preço e que a propaganda constitui atividade tão vultosa quanto muitas das que ela serve (101). Ora, a teoria da concorrência pura não pode considerar tais fatos, mesmo sacrificando a coerência, porque o seu instrumento analítico não o permite.

Decorrência lógica da diferenciação de produto é o *caráter de relatividade* que ela imprimiu nos conceitos de monopólio e de concorrência. Ambos traziam o cunho da antiga orientação, apriorística e dedutiva, que visava mais a satisfação de exigên-

(101) Em muitos produtos, os custos de venda (embalagem, propaganda, etc.) montam a mais de 50% do custo total.

cias lógicas para a construção de um arcabouço já delineado, do que a aproximação à realidade.

O primeiro, perdendo a rigidez primitiva ⁽¹⁰²⁾, passa a designar simplesmente o vendedor que é único, apenas porque o seu produto não pode ser exatamente reproduzido ⁽¹⁰³⁾, e cujo arbítrio é limitado pela elasticidade de substituição de tal produto em relação aos concorrentes próximos. Por sua vez, concorrência, admitida a heterogeneidade dos produtos, passa a representar uma situação suscetível de gradações. Em suma, a diferença entre concorrência e monopólio, tais como realmente existem, é apenas de grau e não de substância. As situações extremas, antitéticas, — concorrência pura e monopólio puro — são concepções ideais, não têm existência real.

Finalmente, com a consideração dos custos de venda, que só é possível quando se levam em conta os elementos monopolísticos que os tornam remuneradores, apresenta a teoria da concorrência monopolística outros dois caraterísticos que realçam sua objetividade: o reconhecimento da interdependência das curvas de custos e de procura, bem como da alternativa que os referidos custos de venda representam, em relação a reduções de preço, para obter aumento da procura.

(102) Vendedor único, a coberto de concorrência, com poder de fixar arbitrariamente o preço ou a quantidade por vender, de forma que se obtenha o máximo lucro.

(103) Localização, peculiaridades patenteadas, marca registrada, etc. (v. pg. 32).

Na análise das situações oligopolísticas pouco avançou a teoria da concorrência monopolística. Isso, aliás, é explicável em face da diferença radical que existe entre êsse tipo de análise e o peculiar à teoria dos equilíbrios particulares, à qual ela ainda está presa.

Entretanto um passo decisivo nesse terreno foi dado por Chamberlin com a apresentação dos problemas das “ligações em cadeia” e da “superlotação”, em cujo estudo são utilizadas hipóteses (tradição, ética profissional, imposições de terceiros) que escapam ao padrão adotado na economia clássica.

A teoria da concorrência monopolística, evidenciando a importância preponderante dos elementos monopolísticos e oligopolísticos no sistema econômico, contribuindo para a conceituação nítida desses elementos, bem como dos relativos à concorrência pura, não só abriu o caminho para o esclarecimento definitivo das relações entre a teoria dos equilíbrios particulares e a do equilíbrio geral, mas também delimitou o alcance de ambas em função de suas hipóteses fundamentais.

Nos dois capítulos precedentes ⁽¹⁰⁴⁾ assinalámos repetidamente as concessões e aproximações da teoria da concorrência monopolística, concebida e formulada em termos de equilíbrios particulares, ao conceito de equilíbrio geral, isto é, ao de competi-

(104) Cf. p. ex. pg. 47, 69, 92.

ção mais ou menos estreita entre todas as empresas que fazem parte do sistema econômico, quer como disputantes do poder aquisitivo dos compradores, quer como adquirentes dos serviços dos fatores da produção (coeficientes de produção).

Com efeito, os dois conceitos básicos da teoria — diferenciação de produto e concorrência entre monopolistas — conduzem diretamente à negação da existência da entidade “indústria”, que é a pedra angular da análise marshalliana, pois onde não houver mais “produto”, no sentido que esta lhe atribue, também não poderá existir o grupo de empresas que o produza. Conseqüentemente, não se poderá mais falar de concorrência entre as empresas da indústria e sim de concorrência entre empresas cujos produtos apresentam entre si elevada elasticidade de substituição. O próprio Chamberlin, que conduz toda a sua análise pelo método dos equilíbrios particulares, só se refere à entidade “grupo”, omitindo “indústria”, definindo-o “uma coleção de produtores cujos produtos são substitutos próximos uns em relação aos outros”. Em certos trechos ⁽¹⁰⁵⁾ deixa transparecer ainda mais nitidamente a generalidade desse conceito, afirmando que é mais justificável reunir, em certos casos, as procuras de automóveis de baixo preço e de habitações do que as de automóveis de alto e de baixo preço.

(105) Introdução.

Na própria análise gráfica da concorrência monopolística ⁽¹⁰⁶⁾, quer na de Chamberlin, quer na de Robinson, evidencia-se a incompatibilidade entre o conceito e o instrumento empregado: o estudo do “grupo” é feito através de curvas ideais, relativas à “empresa representativa”, ficando as conclusões sujeitas às qualificações introduzidas “a posteriori”.

A representação global, sintética, possível no caso da concorrência pura com o emprêgo das curvas de oferta e de procura é inaplicável neste caso.

O “grupo” de Chamberlin não resolve mais o problema em termos de equilíbrios particulares, pois o conceito de “substituto próximo” é vago, impreciso. Qual o grau de “proximidade” necessário para dar lugar à formação do grupo?

De outro lado poderemos dizer que a concorrência de um produto com os de seu grupo, se, porventura, êste pudesse ser formado, difere da do mesmo produto com outros quaisquer apenas em grau e não em natureza. Em outras palavras, a diferenciação de produto desloca o problema da concorrência do terreno restrito da “indústria” (similitude tecnológica) para o do sistema econômico (poder aquisitivo e elasticidade de substituição).

Além disso, o critério para a determinação do equilíbrio da indústria — obtenção de lucros normais, falta de incentivo para a entrada ou saída de

(106) Peculiar do método dos equilíbrios particulares.

empresas — também, em face das situações monopolísticas, deixa de ser válido.

Com efeito, sendo diversos os produtos dos diferentes monopolistas, não é mais possível falar com rigor de entrada de empresas provocada pelo conhecimento dos lucros obtidos pelas que já atuam no mercado. O sucesso destas pode ser devido a circunstâncias (reputação, marca registrada, localização, etc.) não reproduzíveis quer quanto à procura, quer quanto aos custos de produção. Evidentemente o aspecto tecnológico (produção) não é, em geral, tão importante quanto o puramente econômico (elasticidade de substituição), pois este é o que apresenta maior grau de incerteza, mas, em certos casos (na indústria pesada ou nas que são muito especializadas), poderá assumir papel preponderante.

De outro lado, o insucesso de empresas existentes nada significará para outras que com elas se aprestam a concorrer, animadas pela esperança de deslocá-las, impondo seus produtos à preferência dos compradores, ou pela confiança em processos de produção superiores e custos inferiores.

Em suma, nos casos em que existe diferenciação de produto, os conceitos de indústria e de equilíbrio da indústria ou do grupo — atingido este último através do mecanismo auto-regulador dos lucros e prejuízos — são inaplicáveis. A consideração dos equilíbrios particulares não nos dá mais a nitidez e a precisão de ra-

ciocínio de que nos fala Marshall ⁽¹⁰⁷⁾. Tudo se funde na massa do sistema econômico. Em certas camadas de compradores ⁽¹⁰⁸⁾ haverá maior concorrência entre móveis de tipo comum e terrenos a prestações do que entre tais móveis e outros de fino acabamento; ou entre excursões e aparelhos de rádio de baixo preço do que entre êstes e outros de alto preço. E o mesmo se passa em relação às emprêsas que suprem o mercado. Diferenciando seus produtos, processos de fabricação e de venda, escapam à padronização rígida imposta pelo conceito de indústria e perdem a homogeneidade que as torna comparáveis. Essa comparabilidade talvez só subsista em relação aos problemas puramente tecnológicos e aos econômicos a êles ligados (aquisição de serviços produtivos etc.).

A teoria do equilíbrio geral, entretanto, pelo menos em seu estado atual, também não soluciona satisfatoriamente todo o problema, pois deixa de lado parte vultosa dêste — as situações oligopolísticas — isto é, a que não se enquadra dentro das premissas simplificadoras da economia pura.

Pareto, com sua genialidade, enunciou nitidamente a questão. No trecho que precede o transcrito à pg. 42 diz êle ⁽¹⁰⁹⁾:

“é inútil perguntar à economia pura o que sucederá quando se enfrentarem dois indiví-

(107) Loc. cit. pg. 461.

(108) No sentido de determinado nível de poder aquisitivo.

(109) Loc. cit. Appendice pg. 601-602 §§ 75 e 76 — tradução do autor.

duos que tenham o poder de exercer um monopólio pela venda de mercadorias idênticas. A economia pura informando-nos que é impossível que êsses dois indivíduos usem de fato de seu monopólio, i. é, procedam ambos segundo o tipo II, disse tudo o que podia dizer. *Cabe à observação dos fatos nos ensinar o resto*" (110).

A economia pura nem pode dizer-nos que os dois indivíduos correrão indefinidamente, como uma lançadeira, entre as duas posições extremas de equilíbrio. Isso não resulta de modo algum do fato de ser o equilíbrio determinado por duas equações incompatíveis.

Também não se pode supor que a observação dos fatos nos conduzirá a uma única solução. Ao contrário, há uma infinidade delas.

Existem primeiramente os casos muito numerosos e variados em que os monopolistas *potenciais* se reduzem de fato a um só. Se os dois monopolistas firmam um acôrdo, não existe mais do que um único. Os *cartéis*, os *trusts* etc. nos ensinam muitas maneiras de realizar êsse acôrdo. Da mesma forma, não existe mais de um se o segundo monopo-

(110) Grifo do autor.

lista aceita os preços fixados pelo primeiro, o qual então age segundo o tipo II.

Esse caso é muito freqüente na realidade.

Quando uma sociedade “controla” (é esse o termo técnico) uma fração notável da produção, por exemplo 80%, acontece freqüentemente que essa sociedade fixa os preços, que os produtores dos outros 20% aceitam.

..... Enfim o objetivo do monopolista 1 pode ser o de arruinar seu concorrente 2; ou, ao contrário, permitir-lhe viver mediocrementemente, para não o obrigar a correr os riscos de uma luta sem quartel. Existe uma infinidade de outras circunstâncias desse gênero que mudam a natureza do problema proposto.”

Esses conceitos são consequência da análise dos casos correspondentes a dois monopolistas e, respectivamente, uma e duas mercadorias diferentes ⁽¹¹¹⁾.

Em suma, quando não são aplicáveis as hipóteses da economia pura — produtos homogêneos, curvas de procura e de custos conhecidas e invariáveis no tempo, condutas tipo I ou tipo II (Pareto), liberdade de entrada e saída — é necessário abandonar os caminhos tradicionais e buscar novos.

(111) Loc. cit. “Appendice” § 69-74 pg. 598-601.

A generalidade das conclusões de ambas as teorias do equilíbrio é alcançada justamente com o uso de hipóteses simplificadoras que lhes imprimem caráter fortemente abstrato, isto é, remoto em relação à realidade.

Quando se quiser ficar próximo a esta, será necessário tomar as premissas, os “dados” do problema, da observação direta dos fatos, resignando-se a ter conclusões mais restritas, aplicáveis apenas à espécie considerada, porém mais positivas.

Sacrificar-se-ão, dessarte, a generalidade e aparente precisão das conclusões à sua direta aplicabilidade. Todavia, mesmo nestes casos manter-se-á um certo nível de abstração, pois não é atribuição da ciência econômica fornecer receitas para a solução de problemas específicos. Ela é acima de tudo, como bem diz Keynes, um método, uma disciplina mental, que ajuda o seu possuidor a formular conclusões corretas.

A crítica que foi feita das teorias clássicas não pretende ser uma condenação e sim, apenas, um esclarecimento de posições. O que delas se disse deve ser tomado “cum grano salis”; não se pôs em dúvida seu valor heurístico, nem tão pouco sua aplicabilidade. Quis-se apenas evidenciar aquilo que está implícito na teoria da concorrência monopolística e delimitar o seu campo de ação. Mesmo que se tratasse somente de considerá-los casos limites entre os quais estão situados os casos reais — mixtos de ambos — o estudo da concorrência pura e do monopólio teria lugar relevante na análise econômica.

Trata-se apenas de ser mais modesto e de não pretender de teorias gerais senão aquilo que elas podem dar: — elevado grau de abstração. E de procurar acumular materiais — através da consulta da realidade, para obter conclusões de menor alcance, porém mais próximas aos fatos investigados — afim de pô-los à disposição de outro Pareto que fará a síntese da ciência econômica desta época.

Se se quiser passar do terreno puramente teórico para o, bem mais difícil, da avaliação, do ponto de vista social, dos frutos da concorrência monopolística, poder-se-á dizer sumariamente: ⁽¹¹²⁾

1.º — a produção se processa em regime de custos decrescentes, isto é, as empresas não atingem suas dimensões mais econômicas;

2.º — a multiplicidade de preços não permite afirmar que o aumento do número de empresas acarrete baixa dos mesmos; ao contrário, é provável a “superlotação, com lucros apenas normais (isto é, ao nível dos de concorrência pura) para as empresas e preços acima dos que vigorariam em regime de concorrência pura; além disso, em igualdade de preço, a qualidade será inferior à correspondente às referidas condições;

(112) No capítulo I, examinámos pormenorizadamente alguns destes aspectos.

3.º — a obtenção de lucros acima do normal torna-se possível por dois meios:

a) a inovação de produtos e processos, que temporariamente coloca a empresa em situação privilegiada (enquanto o seu “produto” não pode ser reproduzido pelos concorrentes);

b) com a propaganda e outros custos de venda, cuja natureza já foi estudada.

Ora, qualquer desses caraterísticos traz consigo, do ponto de vista social, desperdícios que atingem a produção e o consumo.

Os referentes à produção relacionam-se com o mau emprêgo dos serviços produtivos. Com efeito, a impossibilidade de se atingir em cada empresa as dimensões ótimas significa, em última análise, que os seus fatores produtivos não são eficientemente utilizados; por sua vez a superlotação indica que sua distribuição é defeituosa — elementos que poderiam ser mais úteis alhures ficam ligados a empresas onde sua produtividade não é plenamente explorada. Tais defeitos se notam principalmente no comércio, nas profissões liberais e no artesanato. Entretanto a maior fonte de desperdício situa-se nas despesas de venda. Como vimos, acarretam elas intenso emprêgo de serviços produtivos em tarefas geralmente improdutivas

e até nocivas, quando orientam mal as preferências dos consumidores (113).

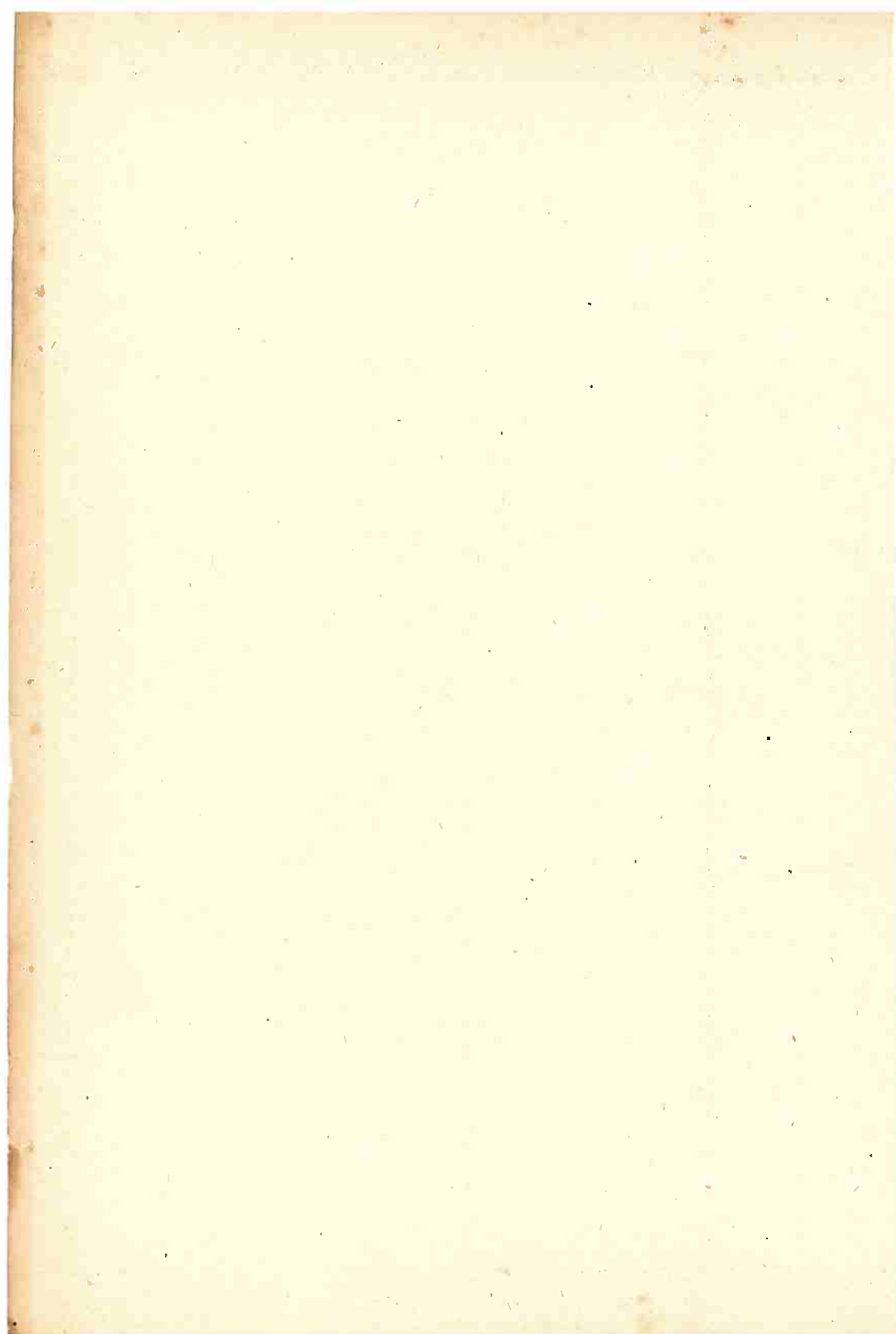
A êsses males, comumente chamados males da concorrência, cabe melhor o nome de males da concorrência monopolística, como bem acentuou Chamberlin, pois em regime de concorrência pura, mesmo se surgissem, não subsistiriam.

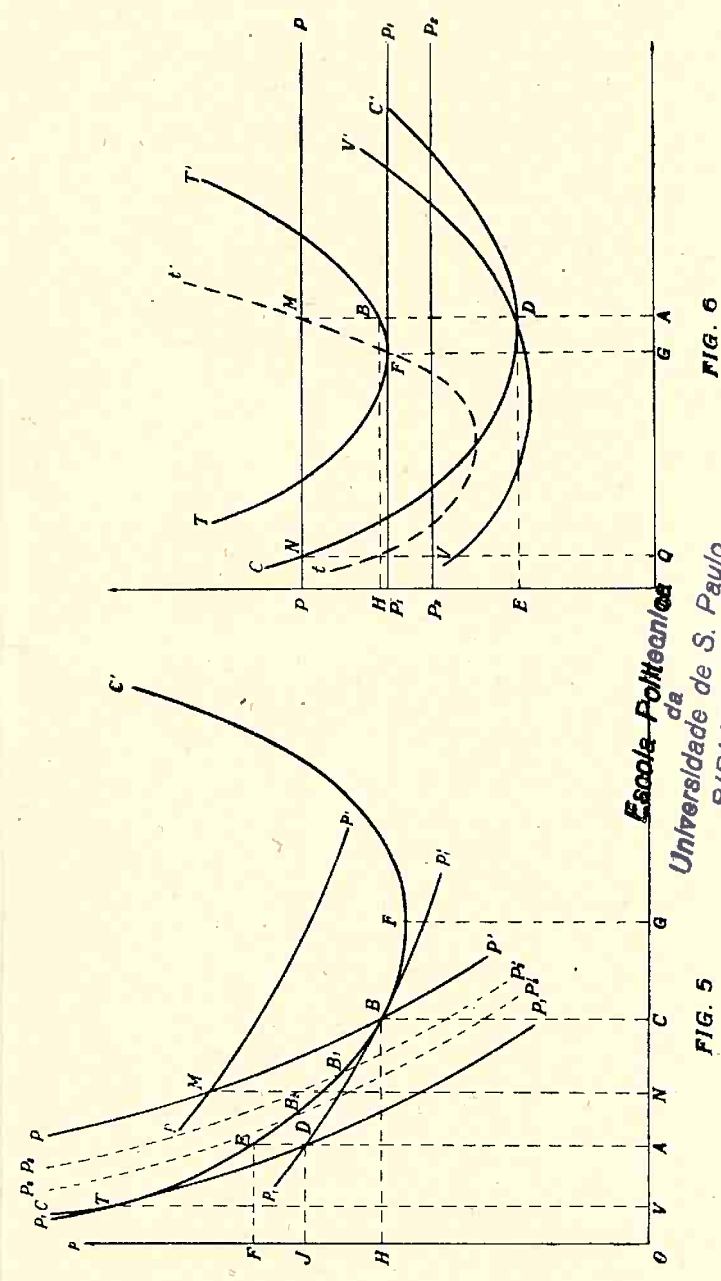
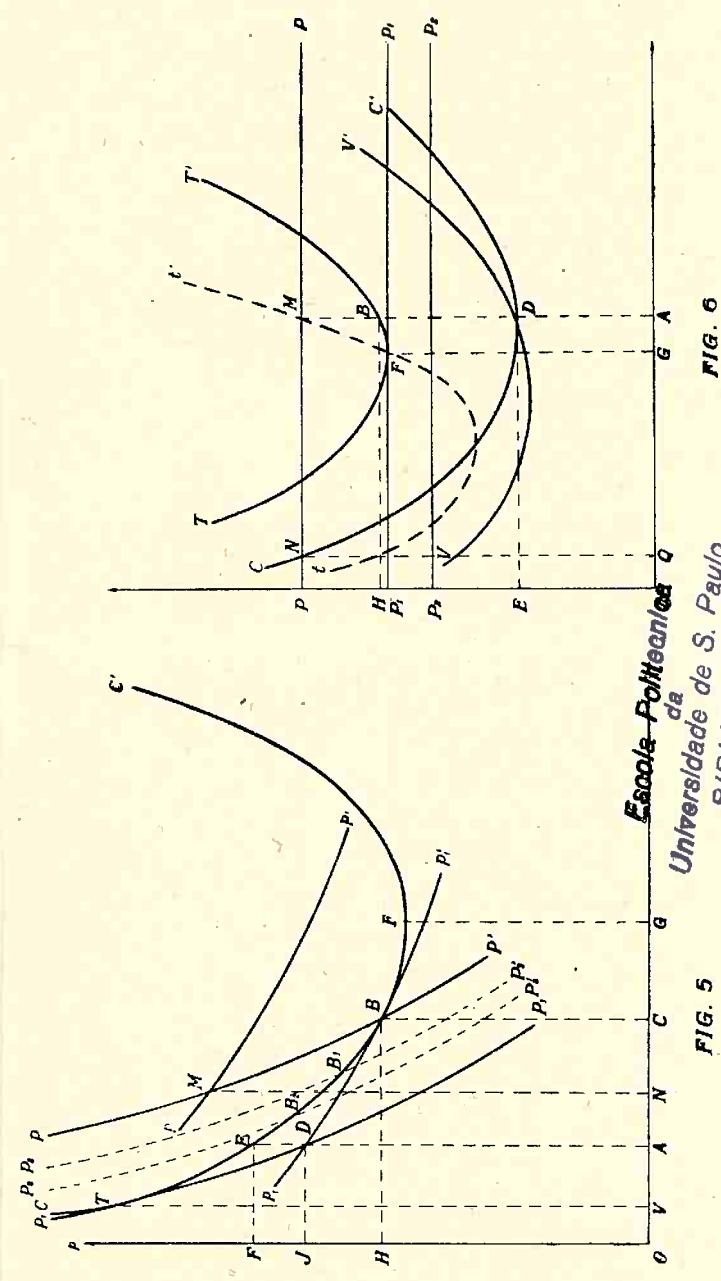
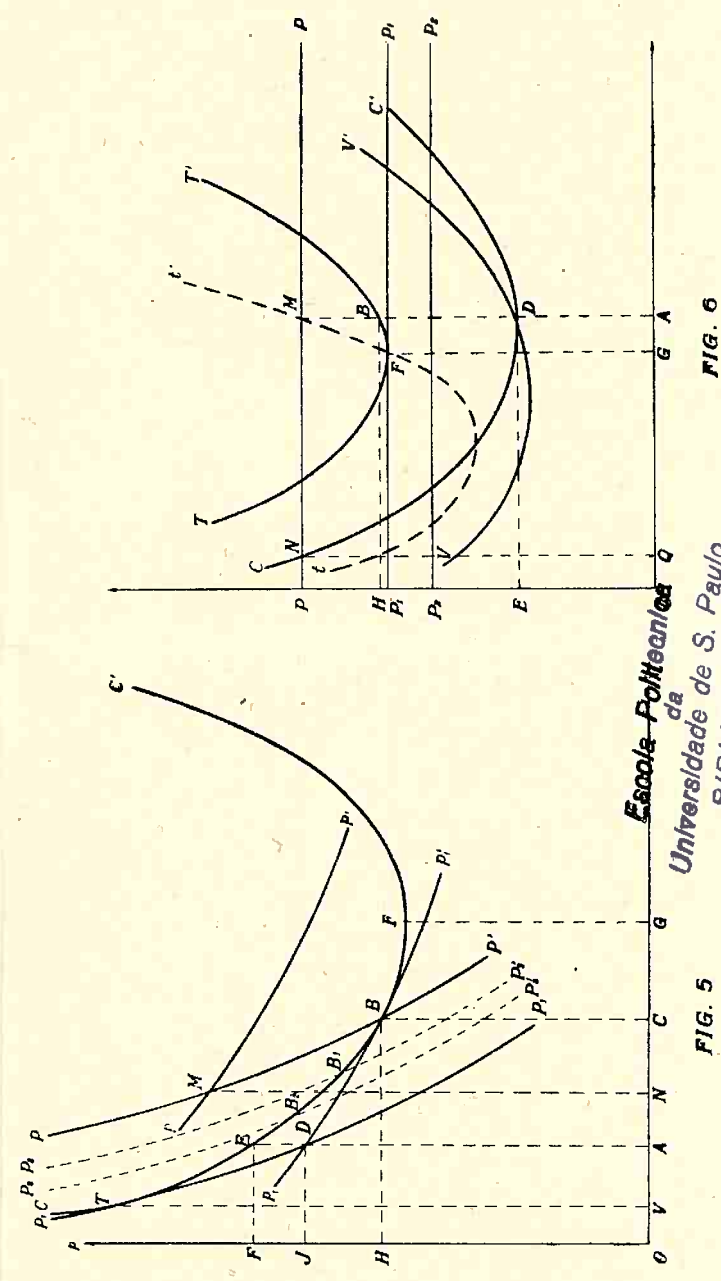
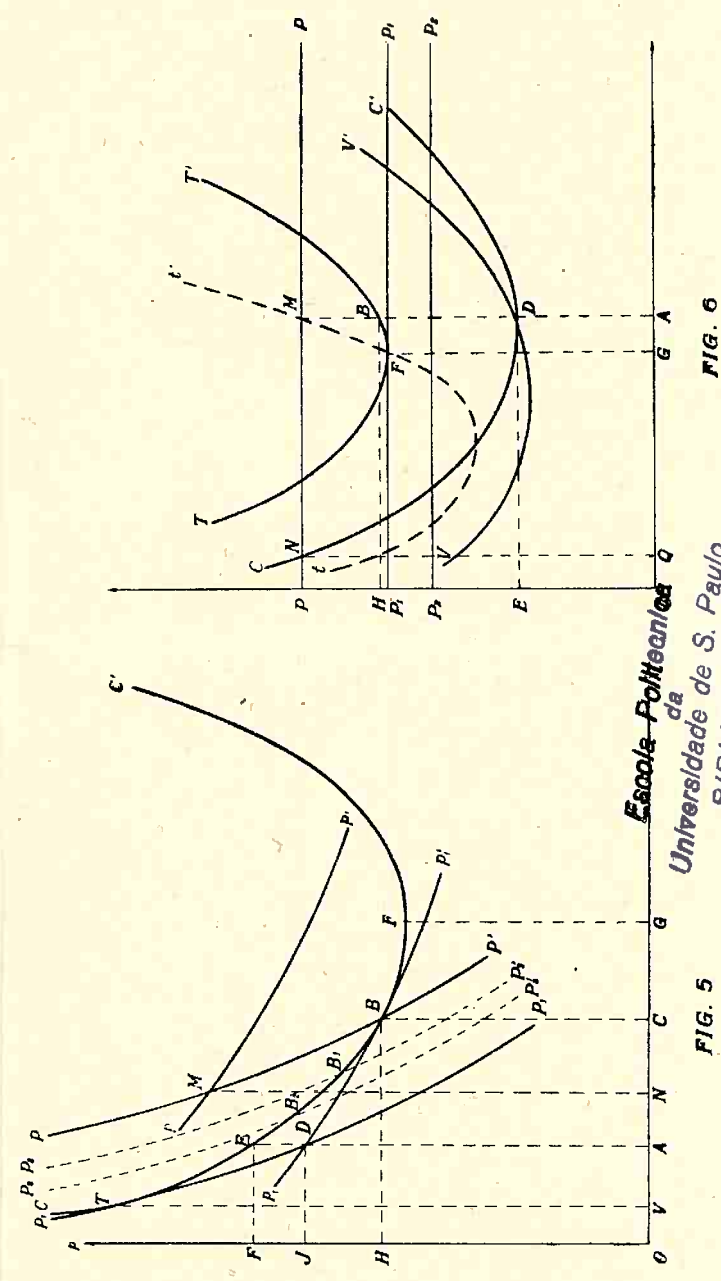
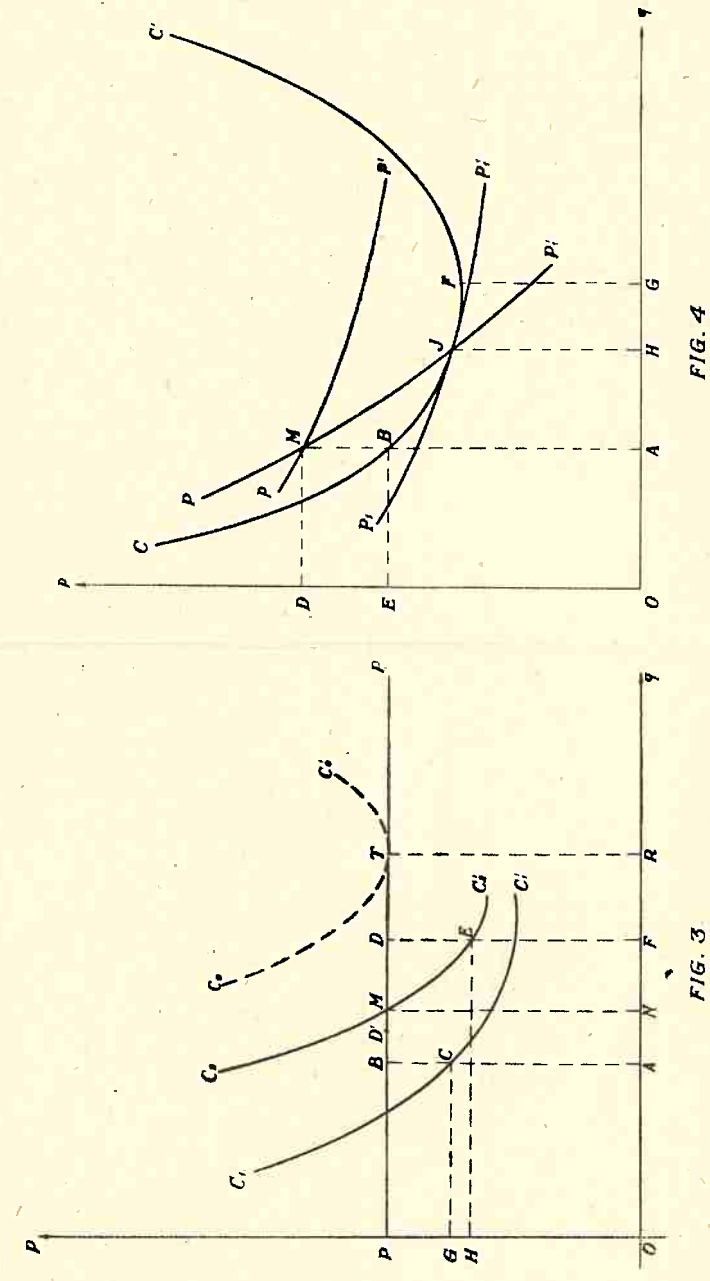
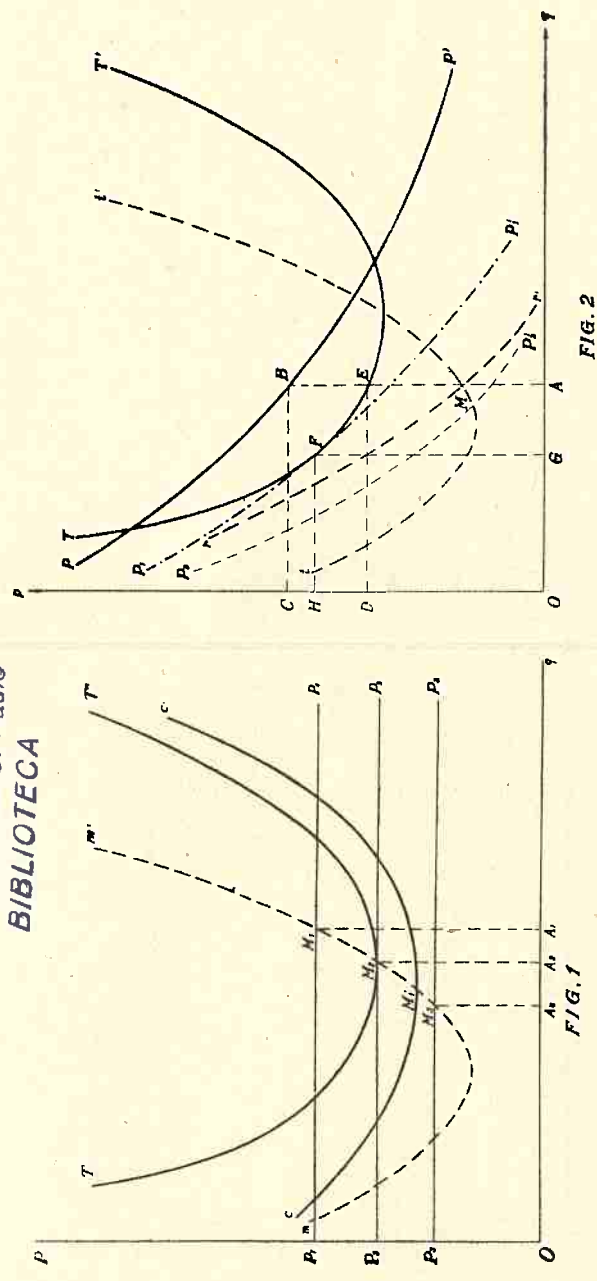
E, como já dissemos, em troca de tantos inconvenientes, só oferece ela maior variedade (114) de produtos, mais ampla liberdade de escolha e maior comodidade, por serem mais numerosos e mais próximos os vendedores.

Todavia a permanência e a contínua expansão da concorrência monopolística, ao lado das dificuldades em que vivem certas indústrias — tais como a agrícola e a extrativa — que mais se aproximam do estado de concorrência pura e até certo ponto perfeita, bem como os esforços que todos empregam para diferenciar seus produtos ou garantir a estabilidade de situações monopolísticas (cartéis, trusts, etc.), estão a indicar a existência de defeitos profundos no sistema econômico, cuja investigação evidentemente escapa aos moldes dêste modesto trabalho.

(113) Excluimos, como sempre (v. pg. 34, nota) a propaganda de caráter geral que tem por fim orientar o comprador, informando-o objetivamente sobre as qualidades e preços. Esta é até uma arma para tornar a concorrência mais perfeita.

(114) Frequentemente fictícia.





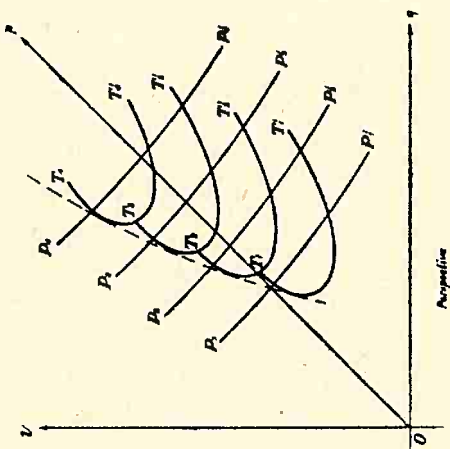
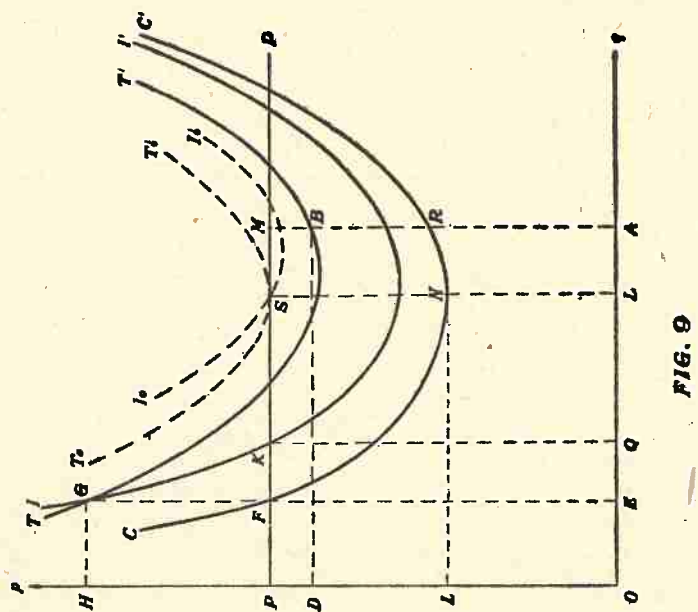
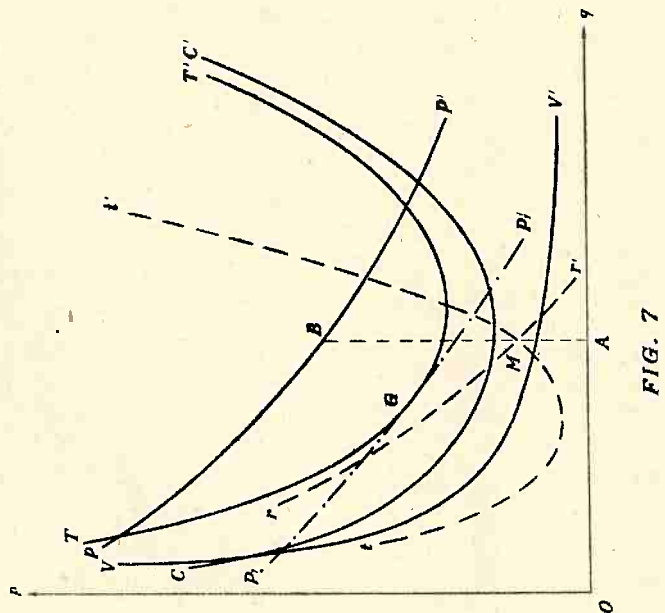


FIG. 8

