

Lucro e determinação dos preços: uma resenha de algumas abordagens alternativas ao princípio marginalista

Ana Paula Sobreira Bezerra ¹

Guilherme Cavalcanti ²

Resumo

Este artigo é um estudo comentado da teoria da organização industrial no que diz respeito à determinação dos preços pelos empresários. Ora, a teoria marginalista acredita que os empresários têm perfeito conhecimento de suas curvas de demanda e de receita marginal, não levando em conta o fato de que a maior parte dos produtores atua em ambiente de oligopólio e, dessa forma, as decisões entre eles são interdependentes e combinadas. Logo é de fundamental importância a análise desenvolvida por alguns autores críticos do princípio marginalista. **Palavras-chave:** oligopólio, lucros, preços, empréstimos, produção.

1. Introdução

O objetivo deste trabalho é mostrar as abordagens alternativas à teoria marginalista a respeito da determinação dos preços e margem de lucro pelos empresários, uma vez que existe um enorme "gap" entre o que a teoria tradicional e as teorias alternativas acreditam ser o determinante dos preços.

Inicialmente são utilizadas as abordagens de Hall e Hitch, Kalecki (1951) e Bain (1956) sobre o princípio do custo total, nas quais eles verificaram, através de uma pesquisa empírica, que, diferentemente do que pensa a teoria marginalista, os produtores não têm conhecimento de suas curvas de demanda e de receita marginal, sendo a maior parte dos produtores oligopolista, o que leva a um nível de preços de certa forma imutável e na vizinhança do nível de custo total, uma vez que os produtores são interdependentes e não sabem ao certo as atitudes a serem tomadas pelos seus concorrentes em virtude de variações nos seus preços.

Kalecki também vai defender a determinação dos preços, levando-se em conta a média dos custos diretos da firma e os preços de outras firmas que fabricam produtos similares, tendo o cuidado de não elevar demasiado o preço em relação às demais firmas e não reduzi-lo muito em relação aos seus custos diretos.

Por último, vale destacar, ainda em relação ao princípio do custo total, a contribuição de Bain com respeito às barreiras à entrada como armas de competitividade, classificando-as em 3 tipos: vantagens absolutas de custo, vantagens de diferenciação de produtos e vantagens de economias de escala.

¹ Professora do DEA/UNICAP

² Professor do CME/UFPB

Já no terceiro item do trabalho, será vista a abordagem de Steindl (1983), que, em seu trabalho, "Maturidade e Estagnação no Capitalismo Americano", conceitua capacidade excedente (planejada e não planejada), grau de concentração e rigidez de preços, analisando, a partir daí, o padrão de concorrência em dois casos: o de uma indústria com inúmeros pequenos produtores responsáveis por uma grande parte da produção total da indústria e o de uma estrutura onde várias firmas marginais são mais resistentes e obtêm lucros anormais e, portanto, são mais difíceis de serem eliminadas. Para tanto, Steindl (1983) vai começar conceituando capacidade excedente, ou seja, o porquê dos produtores desejarem manter um certo nível planejado de capacidade excedente. Outro destaque dado por Steindl diz respeito à rigidez de preços, segundo a qual ele alega fazer parte da estrutura oligopolista, na qual, segundo ele, algumas poucas grandes firmas exercem influência dominante sobre os preços.

No quarto item do trabalho, estudaremos uma das mais importantes teorias para o enfoque abordado, que é a de Adrian Wood (1980). Ele diz que o objetivo principal da empresa é o de aumentar suas vendas tendo, para isso, de aumentar sua capacidade produtiva, o que vai requerer investimentos em ativos fixos e estoques, levando a uma necessidade, por parte da empresa, de financiamento desses investimentos. Sendo a reinversão de lucros a forma mais importante de financiamento, o lucro futuro será planejado de acordo com a quantidade de investimentos que ela deseja financiar. Portanto o objetivo máximo da empresa, segundo Wood (1980), é aumentar suas receitas com vendas e ampliar a fatia de mercado e não maximizar o valor presente de seus ganhos, como acreditava a teoria convencional. Esse seria o objetivo apenas das empresas financeiras e não das empresas produtoras de mercadorias.

De acordo com Wood (1980), os empréstimos, como se poderia acreditar, serão uma fonte secundária de financiamento, sendo a maior fonte de financiamento os lucros retidos pelas empresas. Na realidade, segundo ele, há um elo entre os investimentos e os lucros correntes, ou seja, os lucros correntes serão fonte de investimentos futuros, quando, na teoria neoclássica, o investimento corrente só está relacionado com os lucros futuros.

Outra questão a ser levantada por Wood (1980) diz respeito às políticas financeiras a curto prazo. Primeiramente, ele se refere ao que chama de escudo de liquidez, que é uma quantidade de ativos que a empresa deseja manter sob a forma líquida para torná-la independente das flutuações cíclicas de sua demanda. Em segundo lugar, ele vai citar os empréstimos feitos para serem restituídos em um curto espaço de tempo. Quanto a estes últimos, a empresa vai determinar um limite máximo de endividamento que pode manter no longo prazo, o que vai depender das expectativas com relação ao seu fluxo futuro de lucros e da atitude de seus dirigentes e proprietários frente aos riscos e desvantagens advindas dos empréstimos.

Finalizando o trabalho, cabe ressaltar a teoria de Schumpeter (1982) a respeito da destruição criativa, uma vez que ele vai conseguir dar um grande passo em direção à mobilidade das empresas capitalistas no mercado. Segundo ele, a concorrência de preços, que se pensava ser a existente pela teoria marginalista, deve ceder lugar às concorrências de qualidade e esforço de vendas, ou seja, a concorrência através de novas mercadorias, novas tecnologias, novas fontes de ofertas, novos tipos de organização, o que irá proporcionar vantagens de qualidade e custos.

Também fará uma análise a respeito de crédito e capital, onde se diz que a função do crédito, para o empreendedor, é a de retirar de utilizações anteriores os bens de produção de que necessita, sendo o capital a alavanca por meio da qual o empresário sujeita ao seu controle os bens materiais de que necessita.

2. O princípio do custo total

Partir-se-á da teoria de Hall e Hitch a (1951) srespeito da determinação dos preços dos bens através do princípio do custo total e não da perfeita equalização entre o custo marginal e a receita marginal, para chegar-se a um modelo microeconômico alternativo. A partir de uma pesquisa com a finalidade de descobrir se os empresários realmente determinavam os preços dos bens através da perfeita equalização entre o custo e a receita marginal, os autores citados chegaram às seguintes conclusões a respeito dos fatores que levariam os empresários a adotarem a política do custo total:

- a) os produtores não conhecem suas curvas de demanda ou de receita marginal por duas razões: 1) eles não conhecem as preferências dos consumidores e 2) a maioria dos produtores é oligopolista e não sabem quais seriam as reações de seus concorrentes em decorrência de uma mudança de preço;
- b) embora os produtores desconheçam o que seus concorrentes fariam se reduzissem os preços, temem que eles também o façam;
- c) conquanto não saibam o que seus concorrentes fariam se elevassem os preços, temem que eles não os acompanhem, ou os aumente muito pouco;
- d) os preços não são reduzidos através de acordos efetivos ou tácitos entre os produtores devido à convicção de que a elasticidade da demanda para o grupo de produtores é insuficiente para tornar esse caminho vantajoso;
- e) se os preços estão na vizinhança do nível de custo total, eles não são elevados através de acordos tácitos ou efetivos porque se acredita que, embora isso possa valer a pena a curto prazo, levaria a um enfraquecimento das firmas a longo prazo pela entrada de novos concorrentes;
- f) as alterações nos preços são, freqüentemente, muito dispendiosas, um inconveniente para vendedores e vistas com desagrado pelos comerciantes e consumidores. Vários empresários referiram-se explicitamente ao fato de que há preços aos quais os consumidores estão acostumados e que estes têm que ser cobrados, o que significa, nesses casos, somente serem possíveis grandes alterações nos preços e que, nitidamente, não são lucrativas.

Outro autor que também vai defender a idéia da determinação do preço pelo custo total é Kalecki, quando afirma o seguinte:

“Para fixar os preços, a firma leva em consideração a média dos seus custos diretos e os preços de outras firmas que fabricam produtos similares. A firma tem que evitar que o preço se eleve demasiado com relação aos preços das outras firmas, já que, se isso sucedesse, as vendas reduziriam drasticamente. É preciso também, por outro lado, evitar que o preço se torne demasiado baixo com relação à média dos custos diretos,

porquanto isso reduziria drasticamente a margem de lucro. Assim, quando o preço “p” é determinado pela firma com relação ao custo direto unitário “u”, é preciso tomar cuidado para que a relação entre “p” e a média ponderada dos preços de todas as firmas, $\bar{p}$, não se torne alta demais. Se “u” aumenta, “p” pode ser aumentado proporcionalmente apenas se “p” aumenta menos que “u”. Mas se p aumenta menos que u, o preço da firma p também subirá menos do que “u”. Essas condições se acham claramente expressas na fórmula:

$$p = u_m + np^*$$

onde tanto m como n são coeficientes positivos. Aceitamos que $n < 1$ pelo seguinte motivo: no caso em que o preço p da firma focalizada é igual ao preço médio $\bar{p}$, temos:

$$p = u_m + np$$

de onde se conclui que n tem que ser menor do que a unidade.” (Kalecki, 1978, p.56) .

Esta teoria de formação de preços pode ser complementada pelos estudos de Bain (1956). Classificou as barreiras à entrada em 3 tipos: competição implantada por:

- a) vantagens absolutas de custo. Nesse caso, as vantagens estão vinculadas ao fato de que as empresas líderes têm um maior acesso às técnicas mais avançadas de produção, assim como também podem obter financiamentos mais vantajosos, tanto em termos de montante como em termos de uma taxa de juros mais baixa, tudo isso levando a custos mais baixos relativamente aos obtidos pelas empresas menores do mercado;
- b) vantagens de diferenciação de produtos. Nesse caso, as vantagens estão relacionadas com as preferências dos consumidores pelos produtos das firmas líderes, tanto em relação aos produtos das potenciais entrantes quanto das firmas já estabelecidas;
- c) vantagens de economias de escala. Nesse caso, Bain considera que as vantagens das firmas já estabelecidas com respeito a potenciais entrantes será crescente em função da escala ótima das firmas líderes em relação ao mercado, o que tornará a entrada cada vez mais difícil, e os custos, associados às escalas menores, cada vez mais elevados.

3 A contribuição basilar de Steindl

Para termos um quadro referencial básico, devem ser lembrados os trabalhos de Joseph Steindl (1983). Em seu trabalho “Maturidade e Estagnação no Capitalismo Americano”, Steindl (1983) vai conceituar o que vem a ser capacidade excedente (planejada e não planejada), grau de concentração e rigidez de preços e, a partir desses conceitos, vai analisar o padrão de concorrência em dois casos: o primeiro seria o caso de uma indústria com inúmeros pequenos produtores responsáveis por uma grande parte da produção total da indústria, e o

segundo seria o caso de uma estrutura onde as várias firmas marginais são mais resistentes e obtêm lucros anormais e, portanto, são mais difíceis de serem eliminadas.

3.1 O conceito de capacidade excedente

A primeira pergunta que Steindi (1983) se faz é: "Por que motivo os produtores mantêm deliberadamente a capacidade excedente?" O primeiro motivo seria devido às flutuações da demanda, ou seja, o produtor trabalha com um nível planejado de capacidade excedente para que possa ser capaz de responder às variações positivas da demanda sem deixar espaço para novos concorrentes. O segundo motivo seria devido ao fato de que os consumidores mantêm uma certa fidelidade às firmas já estabelecidas e, por conseqüência, a conquista do mercado se dará de forma gradativa e não imediata. O volume de capacidade excedente vai depender do julgamento subjetivo do empresário a respeito de quanto ele espera aumentar o seu mercado, seja pelo aumento da demanda ou à custa dos concorrentes.

A capacidade excedente não planejada é temporária e vai surgir devido a mudanças não previstas da demanda, devendo desaparecer assim que houver o ajustamento. Ocorre que essas flutuações da demanda e, por conseqüência, o surgimento da capacidade não desejada se dão em nível de curto prazo. No longo prazo, a capacidade excedente que se observa pode ser tanto uma como a outra. Sendo os investimentos ou desinvestimentos fatores de ajustamento da oferta à demanda e como esses levam algum tempo, o desequilíbrio (leia-se capacidade excedente não planejada) pode ser observado a longo prazo, também. Portanto não se pode afirmar que o nível planejado de capacidade excedente seja o observado a longo prazo.

3.2 Rigidez de preços

A rigidez de preços é uma característica da estrutura oligopolista, porque algumas poucas grandes firmas exercem influência dominante sobre os preços. Os empresários alegam que a rigidez de preços se deve à baixa elasticidade-preço da demanda pelos seus produtos, ou seja, uma redução nos preços significaria um pequeno aumento na demanda, enquanto um aumento nos preços acarretaria uma grande diminuição da demanda.

A fixação de preços, em um nível mais alto do que o corrente, é desestimulada em virtude de a concorrência de outras indústrias, além de o risco de ingresso de novos concorrentes. Os preços serão fixados com a finalidade de afastar os concorrentes em potencial ou até de excluir firmas marginais.

4 Wood e uma teoria dos lucros

Wood (1980), toma como ponto principal o fato de que o objetivo da empresa é aumentar suas vendas e, para isso, ela tem que aumentar a sua capacidade produtiva, o que requer investimentos em ativos fixos e estoques. Logo a empresa tem que financiar esses investimentos. Como a forma mais importante de financiamento é a reinversão de lucros, o lucro futuro será planejado de acordo com a quantidade de investimentos que ela deseje financiar. Portanto o objetivo máximo da empresa é aumentar suas receitas com vendas e ampliar a fatia de mercado e não maximizar o valor presente de seus ganhos, como acreditava a teoria convencional. Esse seria o objetivo apenas das empresas financeiras e não das empresas produtoras de bens de consumo.

Quanto aos empréstimos, na prática, eles serão uma fonte secundária de financiamento, sendo que a maior fonte de financiamento são os lucros retidos pela empresa. Na realidade, há um elo entre os investimentos e os lucros correntes, ou seja, os lucros correntes serão fonte de investimentos futuros. Na teoria neoclássica, o investimento corrente só está relacionado com os lucros futuros.

A quantidade de lucros que uma empresa planeja auferir é determinada pela quantidade de investimentos que ela pretende realizar, uma vez que os lucros são a fonte essencial de financiamento dos investimentos da empresa.

A partir daí, Wood vai definir 3 relações com a finalidade de chegar à função entre lucros e investimentos:

- a) a relação de retenção bruta → é a relação entre o financiamento interno (ganhos retidos e provisão para depreciação) e os lucros, e é designada pela letra r ;
- b) a relação de financiamento externo → designada por x , que é a relação entre o financiamento externo (novos empréstimos e emissões de ações) e o investimento;
- c) a relação de ativo financeiro → designada por f , que é a relação entre a aquisição de ativos financeiros (dinheiro em caixa, títulos vendáveis) e o investimento.

Então ele chega à seguinte equação:

$$P = (I + f - x)I/r$$

Onde: P = lucros

I = investimentos

E, atribuindo-se valores a r , x e f , essa equação determina o nível de lucros que seria necessário para financiar um dado nível de investimentos.

No que diz respeito às provisões para depreciação, que é uma soma de dinheiro destinada a repor aqueles ativos físicos que se desgastaram ou se tornaram obsoletos, uma vez que o lucro tributável da empresa é a diferença entre o lucro bruto e parcelas a deduzir como, por exemplo, a depreciação. Portanto a depreciação pode ser considerada como um imposto negativo.

A partir daí, Wood (1980) vai definir o que é longo e curto prazo. As decisões que são tomadas para um horizonte de 3 a 5 anos, são chamadas de decisões estratégicas ou de longo prazo. Em contrapartida a essas, há as decisões que enfocam as atividades mensais ou anuais da empresa, que são as chamadas decisões operacionais ou de curto prazo. Essas decisões a curto prazo variam ciclicamente, de acordo com as variações da demanda a curto prazo, em torno de uma tendência a longo prazo. Os ciclos do curto prazo são impossíveis de serem previstos, enquanto que, no longo prazo, há uma tendência passível de ser prevista.

As decisões a curto prazo vão-se dar em cima de uma capacidade instalada e impossível de modificá-la. Já, no longo prazo, a capacidade instalada pode variar e, dessa forma, as decisões a longo prazo levam em conta a capacidade de modificação da capacidade instalada. Portanto o objetivo da empresa é aumentar as suas vendas a longo prazo contando, para isso, com uma quantidade de lucros pretendida em função de uma quantidade de investimentos que ela vai planejar realizar a longo prazo.

No que diz respeito ao comportamento financeiro, no longo prazo, ele vai depender das decisões estratégicas que se referem à política de dividendos da empresa e à proporção de débitos em relação à sua estrutura de capital. No curto prazo, as políticas financeiras vão girar em torno do longo prazo tendencial. Entre essas, pode-se citar o escudo de liquidez, uma quantidade de ativos que a empresa deseja manter sob a forma líquida como parte de sua estratégia financeira de longo prazo para que, dessa forma, ela não dependa de suas flutuações cíclicas (a curto prazo) da demanda e das facilidades de obter crédito para que possa realizar o seu programa de alteração da capacidade instalada.

O segundo ponto das políticas financeiras a curto prazo são os empréstimos feitos a bancos e às instituições financeiras para serem restituídos em períodos curtos de tempo. As facilidades que uma empresa tem para obter crédito variam de acordo com o risco de suas atividades e de acordo com a quantidade de débitos que ela já tem pendentes.

No longo prazo, a quantidade de empréstimos que uma empresa vai tomar dependerá, basicamente, da relação entre o seu capital de giro e o seu capital imobilizado. Os riscos embutidos no empréstimo podem ser vistos tanto do ponto de vista do prestador como do tomador de empréstimos. Do ponto de vista do prestador, o risco que ele corre é de não receber o principal da dívida, uma vez que os ativos vendáveis da empresa podem ser insuficientes para tanto. Do ponto de vista do tomador de empréstimos, o risco que ele corre é o de ver todo o seu capital que estava aplicado na empresa, dissipar-se com uma possível falência da empresa.

Portanto, sabendo que, quanto maior for o endividamento, maiores serão as dificuldades de se conseguirem empréstimos, a empresa determinará um limite máximo de endividamento que ela pode fazer no longo prazo e esse limite de endividamento vai depender de dois fatores:

- a) das expectativas dos responsáveis pela empresa com relação ao seu fluxo futuro de lucros;

- b) da atitude de seus dirigentes e proprietários frente aos riscos e desvantagens advindas dos empréstimos.

Como diz Wood (1980):

“Portanto, a longo prazo, a quantidade de financiamento externo que a empresa obtém através de empréstimos é determinada pelo seu índice de endividamento escolhido e pela extensão de aumento de valor do seu total de ativos que depende, por sua vez: a) da quantidade de investimentos que a empresa empreende; b) de suas aquisições de ativos financeiros; c) da depreciação de seus ativos pelo uso e obsolescência e d) do total de reavaliação de seu ativo em decorrência da inflação, ou seja, do aumento de preços dos tipos de ativos em questão. Entretanto, a curto prazo, o nível de empréstimos da firma vai flutuar ao redor da tendência a longo prazo, em resposta aos déficits e superávits temporários da conta de capital”. (WOOD, 1980, p. 45).

A partir daí, Wood (1980) vai falar dos interesses dos portadores de ações ordinárias. Ele começa dizendo que a única preocupação do acionista é obter a maior taxa de retorno possível de suas ações e essa vai depender de 3 fatores:

- a) do preço da ação no início do período;
- b) da quantidade de dividendos (líquidos) recebidos no período;
- c) da quantidade de ganhos ou perdas de capital.

A empresa só terá controle direto sobre a quantidade de dividendos a serem distribuídos, enquanto o mercado de ações é que controla as outras duas. Claro está que a atuação da empresa vai afetar o preço de suas ações, uma vez que seu procedimento influi nas expectativas de mercado quanto aos dividendos e ganhos futuros. Porém, sendo essa influência bastante indireta, o preço de qualquer ação vai depender, em certa medida, “simplesmente das expectativas correntes do mercado de ações sobre suas próprias expectativas futuras.”

Enquanto os chamados acionistas de curto prazo só estão preocupados em comprar e vender as ações na hora certa, de modo a obterem a maior taxa de retorno possível delas, ou seja, eles apenas especulam com as ações das empresas, os acionistas de longo prazo vão esperar serem beneficiados por um bom desempenho da empresa em termos do crescimento dos dividendos e dos ativos por ação. Portanto, as empresas serão indiferentes aos interesses dos acionistas de curto prazo e o seu comportamento será influenciado pelos interesses dos acionistas de longo prazo.

Quanto às novas emissões de ações, Wood (1980) considera apenas as novas emissões de dinheiro, que aumentam a quantidade de financiamento de que as empresas podem dispor. Na prática, essas novas emissões são uma fonte secundária de financiamento, uma vez que as somas de dinheiro adquiridas com essas novas emissões são comparativamente pequenas. Isso se deve aos altos custos administrativos e de corretagem que as emissões acarretam, além de que essas não são apreciadas pelos acionistas de longo prazo, pois um aumento no número de ações da empresa tende a diminuir o preço delas e levar os acionistas a uma perda de capital.

Depois disso, Wood (1980) vai definir o que vem a ser fronteira de oportunidade e fronteira de financiamento.

As oportunidades que os empresários têm de planejamento futuro da empresa são definidas como sendo um "conjunto de oportunidades". Uma estratégia vai incluir níveis de preços e produções, políticas de vendas, projetos de investimentos etc. Essa estratégia vai ser plausível no sentido de que o investimento envolvido seria capaz de prover o aumento da capacidade instalada exigido pelo crescimento da demanda. Cada estratégia, a longo prazo, vai estar associada com:

- a) determinada margem de lucro média sobre as vendas (há um limite máximo);
- b) determinada taxa de aumento de sua receita total de vendas (há um limite máximo);
- c) determinado nível de gasto com investimento (há um limite mínimo);

A preferência da escolha da estratégia vai recair sobre aquela que envolva uma margem de lucro e uma taxa de crescimento com vendas elevadas e que possua um baixo dispêndio com investimentos.

A fronteira de oportunidades vai depender, portanto, das 3 variáveis listadas acima: margem de lucro sobre as vendas, aumento da receita total com vendas e nível de gastos com investimentos.

O crescimento das vendas vai depender:

- a) da gama de produtos produzidos;
- b) da qualidade desses produtos;
- c) dos níveis dos preços;
- d) dos gastos em propaganda.

A política de vendas determina a taxa de aumento da demanda por seus produtos e exerce grande influência sobre a margem de lucro determinando, em grande medida, os seus custos unitários. A eficácia da política de vendas vai depender:

- a) das taxas de crescimento dos vários mercados disponíveis;
- b) da natureza dos produtos envolvidos;
- c) das políticas adotadas pelas empresas concorrentes.

O nível de gastos em investimentos necessário para a expansão da capacidade instalada da empresa e conseqüente aumento da demanda pelos seus produtos depende:

- a) do aumento da produção necessário para satisfazer o aumento da demanda pelos produtos da empresa;
- b) da opinião da companhia sobre qual seja a relação apropriada ou normal, a longo prazo entre a demanda e a capacidade;
- c) da capacidade ociosa no início do período;
- d) dos gastos em investimentos necessários para gerar o aumento de uma unidade da capacidade de cada linha de produtos individuais.

De acordo com esses dados, os empresários vão determinar a fronteira de oportunidades de produção da empresa. A configuração da fronteira de oportunidades vai depender dos seguintes fatores:

- a) da taxa de crescimento econômico;
- b) do comportamento do consumidor;
- c) da tecnologia;
- d) dos preços dos insumos;
- e) da estrutura do mercado;
- f) do comportamento dos concorrentes;
- g) da natureza de sua linha de produtos;
- h) da sua reputação;
- i) dos seus equipamentos;
- j) da capacidade de trabalho disponível (em número de homens);
- k) da qualidade de seus administradores;

Quando se atinge a fronteira, podem ocorrer duas relações:

- 1) aumento das vendas, queda dos preços e queda da margem de lucros;
- 2) aumento dos gastos com investimentos, queda nos custos e aumento da margem de lucro.

A fronteira de financiamento pode ser definida como uma relação formal, a longo prazo, que defina o nível mínimo de lucros necessário para proporcionar financiamento a qualquer nível dado de investimentos.

A aquisição mínima de ativos financeiros em qualquer período longo de tempo, vai depender:

- a) da taxa de liquidez estabelecida pela empresa;
- b) da extensão do aumento do valor de seus ativos físicos;
- c) do tamanho do estoque inicial dos ativos financeiros em relação ao estoque inicial de ativos físicos.

Portanto, dadas essas relações, a empresa vai escolher uma estrutura a longo prazo que esteja tanto sobre a sua fronteira de oportunidades quanto sobre a sua fronteira de financiamento, ou seja, o aumento planejado nas vendas, que inclui o aumento da capacidade instalada em função de novos investimentos, só será planejado de acordo com aquela quantidade de investimentos que o empresário vai poder financiar.

5. A “Destruição” Schumpeteriana

Na sua análise sobre a destruição criativa, Schumpeter (1982) consegue dar um passo em direção à compreensão do sistema de empresas capitalistas e a grande mobilidade delas no mercado. Para ele, o capitalismo é, pela própria natureza, uma forma de mudança econômica, sem nunca poder estar estacionário. Esse impulso fundamental, que mantém o capitalismo sempre em mudança, é dado pela descoberta de novos bens de consumo, novos meios de transporte, novos métodos de produção, novos mercados e novas formas de organização industrial, tudo isso criado pela empresa capitalista.

Na realidade, diferentemente do que se pensava anteriormente, a concorrência de preços deve ceder lugar às concorrências de qualidade e esforço de vendas, ou seja, a concorrência através de novas mercadorias, novas tecnologias, novas fontes de ofertas, novos tipos de organização, o que irá proporcionar vantagens de qualidade e custos. Essa concorrência é válida tanto quando se tem uma concorrência efetiva, quanto se tem uma concorrência potencial ou até mesmo ambas.

Esse tipo de raciocínio de Schumpeter (1982) está diretamente relacionado com a teoria de Penrose, que trata da diversificação, segundo a qual uma firma, para que possa expandir ou mesmo manter o seu mercado, necessitará estar sempre criando novos serviços produtivos e, para que isso possa ocorrer, ela terá que manter-se sempre atualizada com respeito às inovações tecnológicas, o que vai levar as grandes firmas a adotarem laboratórios de pesquisa industrial.

A respeito da destruição criativa de Schumpeter, Penrose (PENROSE, et. al 1959) afirma que o processo Schumpeteriano de destruição criativa não destruiu a grande firma, ao contrário, ele a impeliu a ser cada vez mais criativa.

Outra análise também importante de Schumpeter é aquela sobre crédito e capital, que vai tratar da natureza e da função do crédito, quando diz que quem realmente precisa do crédito é o empreendedor e que a função do crédito consiste em habilitar o empreendedor a retirar de utilizações anteriores os bens de produção de que necessita, promovendo-lhes a procura e, dessa forma, forçando o sistema econômico a penetrar em novas vias. Ele vai definir o sistema crediário da seguinte forma:

“O crédito é essencialmente a criação de poder de compra com o propósito de transferi-lo ao empresário, mas não simplesmente a transferência de poder de compra existente. A criação do poder de compra caracteriza, em princípio, o método pelo qual o desenvolvimento é levado a cabo num sistema com propriedade privada e divisão do trabalho. Através do crédito, os empresários obtêm acesso à corrente social dos bens, antes que tenham adquirido o direito normal a ela. Ele substitui temporariamente, por assim dizer, o próprio direito por uma ficção deste. A concessão de crédito opera, nesse sentido, como uma ordem para o sistema econômico se acomodar aos propósitos do empresário, como um comando sobre os bens de que necessita: significa confiar-lhe forças produtivas.” (SCHUMPETER, 1982, p. 74).

Após ter feito isso, Schumpeter vai estudar o que é capital quando diz:

“O capital não é nada mais do que a alavanca com a qual o empresário subjuga ao seu controle os bens concretos de que necessita, nada mais do que um meio de desviar os fatores de produção para novos usos, ou de ditar uma nova direção para a produção. Essa é a única função do capital e por ela se caracteriza inteiramente o lugar do capital no organismo econômico.” (Schumpeter, 1982, p. 80).

Mais adiante, ele vai dar outra definição de capital, quando diz o seguinte:

“Definiremos o capital, então, como a soma de meios de pagamento que está disponível em dado momento para transferência aos empresários. No momento em que o desenvolvimento começa, a partir de um fluxo circular em equilíbrio, apenas uma parte muito pequena dessa soma de capital poderia, de acordo com nossa interpretação, consistir em dinheiro; pelo contrário, deveria consistir em outros meios de pagamento recém-criados com esse propósito. Se o desenvolvimento já foi desencadeado ou se o desenvolvimento capitalista se associa a uma forma não-capitalista ou intermediária, começará com um suprimento de recursos líquidos acumulados. Mas, na teoria estrita, não poderia fazê-lo. E, mesmo na realidade, quando uma coisa realmente significativa deve ser feita pela primeira vez, isso é sempre impossível.” (SCHUMPETER, 1982, p. 83-84).

6. Conclusão

O estudo feito acima teve a intenção de mostrar as falhas existentes na teoria marginalista, segundo análises alternativas, no que diz respeito à determinação dos preços e dos lucros pelos empresários.

Depois das abordagens empíricas feitas por Hall e Hitch, que começam falando da impossibilidade de os empresários tomarem conhecimento da sua curva de demanda e de receita marginal e de chegarem à conclusão de que a maior parte das empresas é oligopolista, tivemos o reforço dado por Kalecki e Bain (1956), quando abordam a questão da determinação dos lucros a partir de uma determinada margem a ser imposta acima daquele nível de custos diretos, além do fato de que os preços se tornam, de certa forma, rígidos, devido à interdependência existente entre as empresas do mercado.

Um segundo aspecto foi o de Steindl, o qual levantou a questão que vai totalmente de encontro ao pensamento marginalista, de que a empresa mantém uma capacidade excedente planejada, objetivando livrar-se da impossibilidade de atender prontamente a um aumento de demanda pelos seus produtos.

Wood complementa toda essa análise quando afirma que o objetivo central da empresa é o de aumentar suas vendas tendo de, para isso, aumentar sua capacidade produtiva. A partir daí, vai-se referir ao fato de a empresa ter um endividamento planejado e que a forma mais importante de financiamento da empresa é a reinversão de lucros.

Schumpeter finaliza todo o trabalho tratando da grande mobilidade das empresas capitalistas no mercado e sobre a análise do crédito e capital.

Como pode ser visto, todos esses trabalhos têm uma grande aproximação da realidade, diferentemente da teoria marginalista, quando se supunham condições estáticas de produção, concorrência via preços e conhecimento perfeito, por parte dos empresários, da curva de demanda e receita marginal, ou seja, a teoria marginalista sempre trabalhou com um mercado perfeitamente competitivo e não oligopolista como ocorre na realidade. Também não leva em conta a interdependência existente entre as firmas do mercado, o que faz com que as suas atitudes sejam pensadas em função do que se espera de reação das concorrentes.

Outro aspecto bastante controverso em relação à teoria marginalista é aquele que diz respeito à manutenção de uma certa capacidade excedente por parte da empresa, o que não faz parte da teoria tradicional, uma vez que esta última sempre considera o pleno emprego de todos os recursos da economia. Também pode ser citado o nível de lucros que, na teoria marginalista, fica no chamado nível normal ou o conhecido lucro zero, quando se viu que o nível de lucros, na verdade, é determinado de acordo com uma margem a ser acrescida aos custos diretos da empresa.

Portanto a crítica feita à teoria marginalista pelos autores estudados acima está bastante embasada em fatos empíricos e, dessa forma, explica muito mais as reais condições da economia do que a primeira.

REFERÊNCIAS

- BAIN, J.S. **Barriers to new competition**. Massachusetts: Harvard University Press, 1956.
- GUIMARÃES, E.A. **Acumulação e crescimento da firma**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- HALL, R.; HITCH, C. **Price theory and business behaviour**. Londres: Oxford University Press, 1951. (Oxford Economic Papers, 2).
- KEYNES, J.M. **Inflação e deflação**. KALECKI, M. **Teoria da dinâmica econômica**. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Os Pensadores).
- PENROSE, E.T. **The theory of the growth of the firm**. Londres: Oxford, 1959.
- POSSAS, M.L. **Dinâmica da Economia Capitalista**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- POSSAS, M.L. **Dinâmica e concorrência capitalista**. São Paulo: Hucitec, 1989.
- POSSAS, M.L. **Estruturas de mercado em oligopólio**. São Paulo: Hucitec, 1985.
- SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- STEINDL, J. **Maturidade e estagnação no capitalismo americano**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- WOOD, A. **Uma teoria de lucros**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980. (Coleção Economia, 6).