

Coordenação como um Tema Histórico-Institucional: Discussão de Duas Experiências Históricas*

Jaques Kerstenetzky**

Sumário: 1. Introdução; 2. O ambiente empresarial da Inglaterra do século XIX; 3. O ambiente empresarial americano da produção em massa; 4. Conclusão: implicações para a análise do problema da coordenação.

Palavras-chave: instituições; coordenação econômica; mercados.

Códigos JEL: D20, D40 e N60.

Este artigo desenvolve uma discussão marshalliana de firmas e mercados da Inglaterra do século XIX e dos EUA do início do século XX, com o objetivo de destacar a importância de arranjos institucionais e históricos da atividade empresarial para a coordenação de decisões no sistema econômico. Na análise dos casos históricos, mercados e firmas se estruturam de acordo com padrões históricos que representam soluções para o problema da coordenação, e os arranjos canalizadores e restritivos das ações são parte integrante desses mercados e firmas. Os desenhos institucionais assumem a forma de ambientes empresariais, ao invés de arranjos avulsos entre duas ou mais empresas, e as soluções se apresentam de maneira datada e localizada. Como resultado, a discussão promove o ambiente institucional à primeira importância na coordenação da atividade econômica.

This paper discusses firms and markets in 19th century England and early 20th century United States with a view to highlighting the role played by institutional and historical arrangements in the entrepreneurial activity. In this light, markets and firms are structured according to historical patterns that represent solutions for the coordination problem, with specific institutional arrangements canalizing and restricting actions. Institutional structures are present as entrepreneurial environments rather than mere arrangements between two or more firms. Institutional solutions are located in time and space. The discussion stresses the major importance of the institutional environment as far as the coordination of economic activity is concerned.

* *Artigo recebido em fev. 2000 e aprovado em abr. 2001, é uma versão modificada do último capítulo da tese de doutoramento do autor, o qual agradece os comentários do professor Jan Kregel à versão da tese e os de Celia Lessa Kerstenetzky ao artigo. A pesquisa conta com bolsa do CNPq.*

** *Professor adjunto do Instituto de Economia da UFRJ.*

1. Introdução

O problema da coordenação econômica, identificável a partir de Smith, é o de explicar como pode funcionar um sistema econômico extenso e complexo onde os agentes são interdependentes, mas também auto-interessados, e tomam suas decisões de forma autônoma. Desde Smith, a resposta da ciência econômica a este problema é centrada no funcionamento do mercado, vale dizer, na concorrência e no sistema de preços. A resposta se desenvolveu pela investigação de um conjunto de preços que corresponde ao equilíbrio do sistema econômico. Com freqüência, esta investigação se acompanha da crença de que a economia de mercado, se deixada a si própria, alcançará este conjunto de preços e estado de coordenação.

A compreensão da coordenação das decisões e ações dos agentes econômicos pode ser aprofundada através de abordagens institucionais. Conforme explicado por North (1990:3), as instituições restringem as ações, dão forma à interação entre os homens; ou seja, reduzem a incerteza e aumentam a previsibilidade das ações de outros pela estruturação da vida cotidiana.

Uma abordagem institucional pode se apoiar na obra de Alfred Marshall. Este autor é conhecido como um dos fundadores do pensamento neoclássico, na qualidade de patrono da abordagem do equilíbrio parcial da teoria do valor. No entanto, a discussão marshalliana do funcionamento das economias de mercado é mais rica e complexa do que os conteúdos que foram selecionados e incorporados na construção e desenvolvimento da microeconomia, sendo plena de aspectos histórico-institucionais.¹ Isto vale já para os *Principles of Economics*; no caso do *Industry and Trade*, pode-se mesmo afirmar que seu conteúdo permanece inexplorado.

A abordagem deste artigo ao problema da coordenação pode ser caracterizada como histórico-institucional e de inspiração marshalliana. Em uma abordagem marshalliana, a tradicional discussão de mercado em termos de preços, oferta e demanda, que por vezes assume na teoria econômica o caráter

¹ Ver, por exemplo, a discussão da obra de Marshall em Hutchison (1953). Esta riqueza foi explorada por economistas que, ao longo do século, reconheceram a influência de Marshall em seu trabalho. Contemporaneamente, um conjunto de autores que segue esta tradição passou a eventualmente usar o qualificativo de neommarshallianos. De influência explicitamente marshalliana podem ser citados Richardson (1990) e Loasby (1999). A estes pode ser acrescida Penrose (1959), embora a autora não seja explícita a respeito. A corrente contemporânea neommarshalliana pode ser avaliada em Langlois & Foss (1999), Foss & Loasby (1998) e Dow & Earl (1999).

de “caixa-preta”, está aberta à descrição das condições de informação, do papel de intermediários, do fluxo e estoque de bens, da organização interna da empresa, das formas de interação e associação de empresas. As economias externas e internas têm posição importante, não se restringindo a seus efeitos em termos de empresas individuais, mas fazendo parte de uma discussão mais ampla do progresso econômico. Este conjunto de elementos de análise é discutido em torno de arranjos históricos da atividade empresarial, internos e externos às firmas (incluindo relações entre firmas). Nesta abordagem, a idéia de instituições assume um sentido peculiar: mercados e firmas se estruturam de acordo com padrões históricos que representam soluções para o problema da coordenação, sendo os arranjos que canalizam e restringem as ações parte integrante dos mercados e firmas analisados. Os desenhos institucionais assumem a forma de ambientes empresariais, em vez de arranjos avulsos entre duas ou mais empresas, como na abordagem Coase-Williamson. As soluções se apresentam localizadas no tempo e no espaço. Como resultado, a discussão promove o ambiente institucional à primeira importância na “solução do problema da coordenação”.

Observe-se que, da maneira como está apresentada no parágrafo anterior, a abordagem deste artigo não se confunde com a neoinstitucionalista de Coase e Williamson, o que não significa que as duas sejam incompatíveis, no sentido da possibilidade de integração e contribuições de uma a outra.² Em especial, o conceito de custos de transação, no sentido original de Coase, de custos de utilizar o mercado,³ poderia ser empregado na abordagem deste texto. Mas não a idéia de que as soluções institucionais são o resultado de decisões de equilíbrio de agentes oportunistas envolvendo custos de transação, característica do trabalho de Williamson.

O objetivo do artigo é apresentar esta maneira de discutir o problema da coordenação. Na qualidade de abordagem histórico-institucional, examina duas experiências históricas escolhidas de modo a evidenciar seu potencial analítico: o contraste entre as duas experiências realça a importância dos aspectos abordados e relativiza histórica e institucionalmente os nexos causais encontrados. Comentários de elementos do marco conceitual marshalliano estão localizados ao longo do artigo, como discussão do material histórico, de

² Ver Langlois & Foss (1999), a respeito da integração de custos de transação e capacitações organizacionais.

³ Coase utilizou em 1937 a expressão *marketing costs*, em vez de *custos de transação*.

maneira a evidenciar sua utilização. Na qualidade de explicação da coordenação diversa à que corresponde à idéia de que o sistema de preços coordena o sistema econômico, também ao longo do artigo são apontadas insuficiências dos tradicionais modelos aistóricos de estruturas de mercado que fazem parte da caixa de ferramentas dos economistas, em termos do seu alcance para o esclarecimento das questões em jogo na competição dos ambientes analisados.

Assim, no que se segue, arranjos institucionais se desenvolvem como padrões históricos de relacionamento e organização. As próximas seções passam a considerar mercados de produtos de firmas familiares e mercados concentrados das grandes corporações, na qualidade de duas experiências históricas que relacionam investimento, incerteza e coordenação. Será visto como os problemas aparecem institucional e historicamente condicionados; como a discussão da concorrência e da qualidade da informação se beneficiam da consideração de sua institucionalidade; como áreas que não a do investimento em capital fixo podem também apresentar atributos de incerteza e de inflexibilidade; como elementos de “imperfeição” (e também os de “perfeição”) se beneficiam de uma análise teórica mais ampla, levando em conta aspectos gerenciais no contexto de uma análise institucional; como uma forma de arranjo institucional, a integração vertical, é parte de uma solução ao problema da coordenação.

A seção 2 trata da coordenação no ambiente empresarial inglês da primeira metade do século XIX, e a seção 3 da coordenação no ambiente empresarial americano de grandes corporações do início do século XX. A seção 4 encerra o artigo extraíndo implicações do que se discutiu para a análise de firmas e mercados.

Algumas observações sobre os limites do que se pretendeu tratar no artigo se fazem importantes. O objetivo do artigo é tão-somente destacar a importância de arranjos histórico-institucionais presentes nos ambientes empresariais retratados, como elementos de coordenação; não se pretende esgotar o funcionamento das experiências históricas nem os processos de transformação que ocorreram ao longo do tempo em cada uma das formações históricas. Note-se também que, como discussão de padrões de coordenação localizados no tempo e no espaço, o artigo não pretende discutir os desenvolvimentos que caracterizaram as últimas décadas do século XX, como aqueles em que o progresso tecnológico recente, a flexibilidade do emprego do equipamento

e o relacionamento de firmas em rede introduzem novos determinantes no ambiente empresarial. Esta discussão requereria partes adicionais ao texto. Assim, a discussão do século XX se limita às primeiras décadas, que marcaram o aparecimento da grande corporação norte-americana.

2. O Ambiente Empresarial da Inglaterra do Século XIX

2.1 Ambiente competitivo e agentes do mercado

Elbaum e Lazonick (1986), em sua análise do declínio da Grã-Bretanha, fornecem uma visão geral do funcionamento dos mercados do século passado. A caracterização oferecida pelos autores inclui alguns aspectos que confirmam a proposição de que o capitalismo no passado era competitivo: *“Much like the characterisations of competitive industries one finds in today’s microeconomic textbooks, Britain’s major nineteenth-century staple industries – textiles, iron and steel, coal mining, shipbuilding and engineering – were composed of numerous firms with small market shares”* (Elbaum & Lazonick, 1986:3).

No entanto, outras características se contrapõem ao uso do modelo de concorrência perfeita mesmo para aquela época. Cabe lembrar que a revolução industrial inglesa se assentou marcadamente sobre seus mercados externos, sendo importante para a compreensão da economia de mercado do século XIX levar em conta condicionantes como a distância dos mercados consumidores envolvidos em relação à produção, o papel de mercadores, e as repercussões destes aspectos sobre a formação de preços e as decisões de produção dos industriais: *“How these firms structured production depended very much on the prospects for selling their output. (...) Britain’s competitive firm did not as a rule assume that the market could absorb all the output they might produce at a given price. Indeed, they produced few manufactures in anticipation of demand. Almost all production was to order, much of it for sale to merchants for distribution to far-flung international markets”* (Elbaum & Lazonick, 1986:6).

Na indústria têxtil, por exemplo, exportadores de Manchester eram responsáveis por encomendas aos fabricantes. Apenas com estas encomendas os produtores compravam os fios, em conformidade com as especificações do produto a ser feito.

Neste ambiente de negócios, a incerteza se referia mais à atividade do comércio internacional do que propriamente ao investimento em capital fixo⁴ até porque o capital fixo ainda não havia adquirido nos negócios a importância que se associa normalmente a uma economia industrial.⁵ O retorno lento sobre as mercadorias embarcadas, as mudanças nas condições do mercado e sua saturação representavam problemas de risco de iliquidez sobre o capital circulante, devido à lentidão nos transportes e nas comunicações (Cottrell, 1980). O aumento de importância de mercados cada vez mais distantes e dispersos intensificou estas dificuldades e tornou a luta por mercados o fulcro dos problemas de liquidez.

Grande variedade de agentes movimentava o escoamento de mercadorias industriais inglesas, como representantes de firmas, corretores, agentes em comissão e oficiais de marinha mercante. Mas a estruturação dos negócios do século XIX se caracterizou principalmente pelo tripé formado por produtores industriais provincianos, agentes em comissão – “jovens dotados de modesto capital que partiam para o exterior em busca de fortuna” – e *acceptance houses* – “mercadores abastados ascendendo às finanças e financiando produtores na remessa de bens a seus agentes no exterior” (Chapman, 1990 e 1992).⁶ Os agentes em comissão se especializam em uma mercadoria, lidando com suas variedades através de amostras a partir das quais faziam encomendas aos produtores. As *acceptance houses* em geral reuniam grandes recursos financeiros com conhecimento dos mercados externos resultante da experiência de um ou mais de seus membros na carreira comercial, e estavam envolvidas com as letras de câmbio que financiavam as mercadorias em trânsito. Eram a expressão inglesa do fenômeno, presente já desde séculos antes, de grandes mercadores ascenderem ao mundo financeiro (Chapman, 1992:15).

Neste tripé, os agentes em comissão devem ser considerados mercadores, apesar da forma de sua remuneração ser à primeira vista característica de outros tipos de agentes.⁷ Ocorre que o aumento das distâncias, do tempo e do

⁴ As observações sobre a estrutura de comercialização a seguir se baseiam em Cottrell (1980), Chapman (1990) e Chandler (1977). De uma maneira geral, os três autores partilham da mesma visão sobre o papel dos mercadores, com apresentação de elementos complementares. Observações sobre o comércio norte-americano de exportação de Chandler podem ser estendidas às firmas britânicas e ao comércio da Inglaterra; observações sobre o comércio de artigos têxteis podem ser generalizadas para outras mercadorias.

⁵ Ver Mathias (1983), principalmente cap. 5, Industrial growth and finance.

⁶ As definições são de Chapman (1984).

⁷ Chapman (1990) e Chandler (1977) são da mesma opinião.

risco envolvidos no desenvolvimento do comércio com regiões mais distantes, como a América Latina, a Índia e a China, em um contexto de preços flutuantes, levou as casas mercantis a preferir vender em consignação, em vez de assumir a propriedade dos bens. A obtenção de vendas em consignação se apoiava no oferecimento de um pacote completo de serviços complementares, como transporte marítimo, seguro e armazenagem. Mas o elemento mais importante do pacote, que permite a proposição de entender os agentes em comissão como mercadores, eram os adiantamentos sobre o valor das mercadorias do conhecimento de embarque (Cottrell, 1980). Observe-se que adiantamentos em um mundo de comunicações e transportes lentos representam risco e encargo financeiro. Parte do risco refere-se à negociação em torno dos montantes adiantados, envolvendo dois extremos a serem evitados: pequenos adiantamentos que ameacem o negócio e até a conexão comercial e grandes adiantamentos que ultrapassem o valor no qual as vendas de mercadorias se realizem, com dificuldades de recuperar a diferença. Observe-se também que o problema principal de um mercador é lidar com o fluxo de caixa que se relaciona aos movimentos de estoques, mercadorias em trânsito e crédito aos clientes, ou seja, o controle financeiro. Este era conduzido pelos agentes em comissão. As outras funções que participam da tarefa de constituição do mercado podem ser desempenhadas por outros agentes, no âmbito de uma divisão do trabalho da atividade comercial: correspondentes, corretores especializados etc (Chapman, 1992:4).

O mercado da principal matéria-prima inglesa da época, o algodão, também pode servir para discutir em que medida cabe o uso do rótulo de “concorrência perfeita” neste ambiente empresarial.⁸ Esta matéria-prima da indústria inglesa de tecidos era toda importada, tendo passado a chegar em quantidade cada vez maior e a custo mais baixo após sua fixação nas *plantations* norte-americanas e a invenção da descaroçadeira de algodão de Whitney. Os produtores sempre obtinham a matéria-prima através de intermediários, na forma de mercadores-armadores ou agentes em comissão de plantadores americanos ou exportadores residentes nos EUA, geralmente ingleses. Em um contexto em que o algodão era importado por centenas de mercadores, 300 deles especializados em algodão norte-americano, ir diretamente às fontes não seria vantajoso. De grande importância é o fato de que após a construção

⁸ A descrição histórica do funcionamento deste mercado, a seguir, se baseia em Chapman (1990) e em Hyde et alii (1955), indicação de Chapman.

da ferrovia Liverpool-Manchester, estava já estabelecido um eficiente sistema de corretagem, que combinava em seus agentes qualidades de conhecimento das necessidades das indústrias, intimidade com o mercado, relacionamentos e reputação. Em 1841 o sistema de corretagem foi aperfeiçoado pela criação de uma associação dos corretores que fazia circular amostras e publicava um boletim.

O ambiente histórico acima descrito suscita três observações teóricas. A primeira se refere à organização de corretores de algodão, que contribuía para aproximar o mercado das condições de “perfeito conhecimento”. Em vez de citar Marshall, aqui é mais exato apelar para o papel dos corretores na definição de mercado desenvolvida por Jevons (1965:70): “Em qualquer mercado, é trabalho dos corretores organizar a troca, de forma que qualquer compra seja feita com o mais completo conhecimento das condições de comércio. Todo corretor se esforça para obter o melhor conhecimento das condições de oferta e procura e do primeiro indício de qualquer mudança. Ele está em ligação com quantos outros corretores for possível, de forma a ter o mais amplo campo de informação e a maior oportunidade de fazer trocas convenientes. Somente dessa maneira é que a todo momento um preço de mercado preciso pode ser definido e variado de acordo com as freqüentes notícias capazes de afetar compradores e vendedores”.

O exemplo faz pensar que se o perfeito conhecimento é tomado como pressuposto, pode-se perder de vista os mecanismos através dos quais algo que dele se aproxima pode estar presente. Serve para lembrar, juntamente com a citação de Jevons, que características institucionais eram responsáveis pelas condições de informação do mercado inglês de algodão.

Em segundo lugar, observe-se que o papel fundamental de agentes (não só de corretores, como também de comerciantes) no funcionamento dos mercados ingleses do século XIX pode ser compreendido como o de “fazer o mercado”. A identificação deste papel indica que o funcionamento dos mercados não é simplesmente trazido por forças impessoais, há arranjos institucionais responsáveis pela coordenação. Estes viabilizam o encontro entre produtores e consumidores. Os agentes veiculam informações, acumulam conhecimentos e conexões mercantis, se associam em organizações, fazendo escoar mercadorias ou contribuindo para isto. Em última análise, constituem os mercados.

Em terceiro lugar, observe-se que o poderio da economia inglesa não está no gigantismo de empresas, mas no seu número. Na qualidade de uma comu-

nidade comercial, o conjunto de empresas se beneficia de economias externas marshallianas, ou seja, de custos reduzidos e eficiência ampliada, decorrentes de seu número. O ambiente empresarial aqui retratado é certamente competitivo, mas a abstração teórica em relação aos agentes do mercado não contribui para compreender seu funcionamento.

As observações acima se resumem na idéia de que a compreensão do funcionamento dos mercados pode se beneficiar de uma perspectiva institucional. Esta perspectiva, no entender deste artigo, não é a de instituições que se agregam ao mercado, mas a de instituições do mercado, ou seja, de práticas, vínculos, padrões de comportamento e canais de relacionamento que caracterizam um ambiente empresarial.

2.2 Diferenciação de produto, comercialização e capacitações organizacionais

É ainda possível aprofundar a compreensão da empresa britânica do século XIX através da discussão da prática da diferenciação de produto e de suas conseqüências.⁹ Os economistas tradicionalmente situam a prática da diferenciação de produto no século XX, sendo o século XIX entendido como dominado por mercadorias homogêneas. Hicks, que pessoalmente testemunhou a organização do comércio no começo do século XX, enfoca a natureza padronizada ou diferenciada dos produtos como um fator significativo na definição do papel do mercado atacadista na organização dos negócios. Ele aponta que no século XIX predominavam bens não-diferenciados, medidos, pesados e embalados pelo comerciante varejista:¹⁰ *“There was a time, perhaps including a great part of the nineteenth century, when the principal end-products of manufacturing industry were rather simple: cotton and woollen textiles, sold by the yard, tools (knives and forks and hammers), even some sorts of basic food-stuffs (flour and sugar). (...) There were none of the packaged goods which are the principal contents of the modern shop. There were bins and jars from which the goods were taken out in ladles. Then they were weighted out, and the quantity purchased was wrapped up in thick blue paper”* (Hicks, 1989:21).

⁹ Na tradicional classificação de mercados a diferenciação de produto é um suposto que identifica uma situação de concorrência imperfeita. A discussão que se segue, no entanto, não se refere a este ponto, mas à relação entre produtores, intermediários e compradores finais.

¹⁰ As observações de Hicks a seguir são mais apropriadas para caracterização dos mercados domésticos, no qual os atacadistas de Londres dominavam toda a cadeia de transações. Ver Chapman (1992, cap. 6).

Neste contexto, Hicks aponta que os comerciantes eram compradores profissionais, sendo responsáveis pela escolha e garantia da qualidade de produtos sem marca que vendiam aos consumidores. Os produtores vendiam seus produtos a mercadores, a preços “determinados pela barganha entre eles realizada”, ou seja, em vez de fixados pelos produtores, os preços eram determinados “pelo mercado”.

“À época de Keynes”, no entanto, os mercados passavam a apresentar cada vez mais bens diferenciados: *“The typical end-products of manufacturing industry no longer consisted of objectively standardizable goods, which could be traded on competitive wholesaler markets; they have become much more various, new products and new varieties being continually devised”* (Hicks, 1989:23).

Esta transformação é apontada por Hicks como responsável pela mudança nas relações entre produtores e atacadistas. A substituição do produtor que simplesmente respondia a sinais de mercado por produtores inovadores implicou novos arranjos para a venda dos produtos. Com produtos especializados, o consumidor deve ser atraído por propaganda específica ao produto. E os comerciantes se tornam apenas agentes dos produtores.

O ponto de Hicks é histórica e analiticamente apropriado, contribuindo para a compreensão do papel exercido pelo comércio varejista em uma economia de produtos não-diferenciados. No entanto, um aprofundamento da questão da diferenciação de produto na Inglaterra do século XIX¹¹ serve para mostrar como diferentes ambientes institucionais podem trazer resultados distintos para as mesmas suposições teóricas (diferenciação de produto, no caso).

Assim, é possível constatar que a diferenciação de produto já era adotada em muitos ramos da indústria inglesa da metade do século XIX dentro do contexto de intensificação da competição. Sua prática dava acesso a mercados protegidos, envolvendo a exploração de mercados regionais, mais do que nacionais ou internacionais. Ela era empregada como estratégia de vendas, com marcas, associada à produção de características próprias e qualidade elevada. Essa diferenciação se fazia acompanhar de (e possibilitava a) publicidade através de anúncios em jornais e de cartazes em estações ferroviárias. As firmas que adotavam este pacote passavam a se beneficiar de um certo grau de monopólio, pelo isolamento em relação a políticas de preços dos ri-

¹¹ A análise da diferenciação de produto a seguir se baseia em Payne (1990).

vais. Porém, a estrutura de vendas que pareceria conveniente para produtos diferenciados era dispendiosa para a firma da época. Em termos de custos, a venda através de agentes era mais atrativa, porque estes tornavam-nos proporcionais às vendas; isto era particularmente apropriado quando os mercados apresentavam flutuações sazonais e cíclicas. E agentes comissionados apresentavam as vantagens de conhecimento e intimidade com o mercado comprador. Em compensação, eles raramente agiam em favor do pequeno produtor individual inglês, e seus esforços visavam a seus próprios rendimentos e segurança, o que se manifestava através da prática de evitar atingir volumes muito elevados de venda do produto de um mesmo fabricante, por receio de substituição por um vendedor. Além disso, os intermediários podiam eventualmente requerer que os produtos tivessem suas próprias marcas, em uma demonstração de poder similar à dos comerciantes de mercadorias padronizadas de Hicks. É importante notar que o poder dos agentes aumentava com a distância dos mercados em relação ao produtor, devido aos problemas ligados à informação e ao relacionamento com o mercado.

A explicação para tais características da prática de diferenciação de produtos pode ser encontrada no fato de que ela estava associada a uma estrutura empresarial não voltada ao crescimento, no sentido de que explorava a obtenção de lucros confortáveis dentro dos limites da organização da firma, quais sejam, os recursos gerenciais e financeiros da firma familiar típica. A eliminação do atacadista requereria um conjunto de mudanças que significam grande descontinuidade em termos institucionais e organizacionais, que somente seriam trazidas em outro contexto empresarial, como o analisado na próxima seção. Assim, a diferenciação associada ao não-crescimento se fazia através da ocupação de nichos de mercado dentro do mercado nacional e, mesmo, local. Payne (1990:525) identifica uma inflexibilidade organizacional associada à especialização que advém da diferenciação do produto: *“specialisation, for whatever cause, tends to become increasingly irreversible, for there takes place a concomitant growth of special mercantile relationships, highly skilled labour forces and the evolution of particular types of managerial talent that makes any return to earlier, more flexible, position more expensive and difficult. Thus, all too many British entrepreneurs ceased even to consider the possibilities of diversification, of branching out into entirely new lines of production where more profitable opportunities may have existed. Faced with an apparently limited market for the existing range of products, failure to growth was often incorrectly attributed to demand conditions rather than to the lim-*

ited nature of entrepreneurial resources. The firms' resources, both material and entrepreneurial, had, in fact, become characterised by a high degree of 'specificity'. In many cases this inevitably involved a limitation of the firm's horizon of expectations and this constituted a barrier to further growth".

Antes de discutir o trecho de Payne, cabe comentar que a natureza da firma tem sido objeto de discussão ao longo do século XX, dando origem a diversos pontos de vista, de acordo com o mundo teórico em que a construção de firma se insere. A visão marshalliana de firma corresponde à de um agente que ao longo de sua trajetória de crescimento acumula capital, estabelece conexões com fornecedores e clientes, reúne e faz crescer conhecimentos em várias áreas (técnica, comercial, organizacional), tudo isto dentro de uma hierarquia que trabalha de forma internamente coordenada. Esta visão, já presente no livro IV dos *Principles* de Marshall, volta a figurar em outras proposições do século XX. Entre estas, a de Penrose (1959) acentua aspectos gerenciais, dos quais a teoria econômica em geral se abstrai, por considerá-los elementos externos ao campo de preocupações dos economistas. Penrose vê a firma como uma coleção de recursos produtivos que se expande ao longo de seu crescimento. Para a autora, em um ambiente hierarquizado, a utilização dos recursos depende dos conhecimentos acumulados ao longo da experiência conjunta dos participantes da firma, conhecimento este que se obtém em trabalho de equipe, porque em boa parte se constitui de natureza tácita, não formalmente transmissível. Como consequência, a firma apresenta limites gerenciais ao crescimento, dados pelo tempo necessário à incorporação coordenada de novos indivíduos à equipe.

Presentemente, estas noções de Marshall e Penrose estão revividas sob o conceito de *capacitações organizacionais*, que definem uma visão sobre a natureza da firma e uma corrente de pensamento econômico contemporâneas.¹² Como organização hierárquica produtora e consumidora de conhecimentos articulados com sua interação com outras firmas e consumidores, esta representação de firma se presta à análise institucional, na categoria de organização, no conceito deste termo proposto por North (1990).¹³

Voltando ao trecho de Payne, este aponta os limites ao crescimento da firma familiar britânica do século XIX, que estariam por conta da ausên-

¹² Para uma exposição de contribuições recentes desta corrente, ver as referências da nota 1. Uma breve história do pensamento econômico da natureza da firma à luz da corrente das *capacitações organizacionais* está em Kerstenetzky (2000).

¹³ Ver North (1990:4) para uma discussão de instituições e organizações.

cia de determinadas capacitações, no sentido discutido no parágrafo anterior. Destaca-se a inexistência de uma estrutura gerencial capaz de promover o desenvolvimento e a acumulação destas capacitações, incluindo uma estrutura própria de vendas entre estas. A inflexibilidade apontada por Payne se associa à esfera de aspectos gerenciais e das relações com o mercado, e não aos equipamentos e instalações de produção, materializados em bens de capital. Note-se que este tipo de material histórico é alcançável por uma abordagem marshalliana, já que trata de elementos que fazem parte da sua natureza de firma. Note-se também que é assim que se revela a essência da firma familiar inglesa, também apelidada de firma marshalliana, que enfrenta limites estreitos ao crescimento nas áreas financeira, gerencial e de comercialização de produtos.

Dentro da perspectiva teórica marshalliana, aspectos institucionais da organização de firmas e mercados referidos a *capacitações organizacionais* ultrapassam a mera combinação física de fatores de produção. Realçam a descontinuidade entre a firma inglesa e seu ambiente empresarial, analisados nesta seção, e a firma americana de décadas após e seu ambiente empresarial, discutidos na próxima seção. Será visto que a corporação americana superou os limites ao crescimento da empresa familiar inglesa, revolucionando não só a área produtiva, mas a administrativa e a comercial. A esfera financeira também virá no bojo da transformação.

3. O Ambiente Empresarial Americano da Produção em Massa¹⁴

Um dos aspectos envolvidos nas transformações da empresa e do ambiente empresarial que emergem nos EUA na virada do século XIX para o século XX é a eliminação dos intermediários. Consideremos em primeiro lugar a possibilidade de uma explicação analítica e aistórica da transformação, envolvendo economias de escala de produtores e de intermediários. A existência e o papel dos intermediários podem ser discutidos analiticamente através das economias de escala de sua atividade,¹⁵ como faz Moss (1984): É possível explicar a oportunidade lucrativa do intermediário pelo fato de, ao reunir transações de mesma natureza ou de natureza correlata, ele poder a um só tempo obter

¹⁴ Esta seção se apoia principalmente na caracterização da grande empresa americana elaborada por Chandler (1977), referência obrigatória para este tema.

¹⁵ Note-se que a análise exposta neste ponto é do tipo mecânica, ou seja, envolvendo relação entre grandezas físicas, contrastando com a discussão institucional que permeia o artigo.

ganhos na troca e reduzir os custos de transação (que são para ele custos de produção do serviço comercial) das pessoas com quem negocia. A análise de economias de escala é capaz de revelar relações mecânicas entre crescimento e organização. Aqui interessa destacar que o aumento da dimensão e concentração de produtores é um fator que atua contra as possibilidades de as economias de escala serem exploradas por intermediários. Seria o intermediário mais cedo ou mais tarde eliminado com o crescimento dos produtores?

De fato, a evolução da indústria a partir da Revolução Industrial se deu sempre no sentido de aumento das escalas de produção; apesar disto, Clapham (1930-38) aponta que, no século XIX, a redução do papel do intermediário estava longe de acontecer. Uma explicação que manteria a discussão na esfera das relações mecânicas ligadas a economias de escala pode ser a de que: *“Although the size of firms was increasing rapidly, the growth of the market matched their rate of expansion and in some years outstripped it”* (Hannah, 1976:9).

As próximas subseções pretendem argumentar que as transformações nos negócios envolvidas no crescimento das escalas de produção e na eliminação do intermediário são de profundidade tal que justifica serem consideradas ligadas a um ambiente empresarial completamente transformado. Em outras palavras, uma abordagem histórico-institucional opta por um aumento na variedade de aspectos analisados, onde a mecânica das quantidades é complementada pelas instituições.

3.1 Uma nova forma de capitalismo (Chandler, 1977 e 1990)

Por envolver um conjunto de transformações interdependentes que representam uma clara descontinuidade em relação ao “capitalismo competitivo”, uma nova forma de capitalismo foi identificada por Chandler (1977 e 1990) na produção em massa que passou a distinguir os setores industriais dinâmicos nos EUA a partir do final do século passado. Essa nova forma de capitalismo teria como características: investimentos maciços e complexidade de operação na esfera da produção; marketing e suporte à produção associados a novas formas de comunicação e transporte (ferrovias e telégrafo); nova forma de organização, a empresa gerencial, multifuncional, multirregional, multiproduto, que cresce pela adição de novas unidades; departamentalização e hierarquia como forma de administração de organizações complexas; nova estrutura de

mercados, o oligopólio, caracterizado pela competição de inovadores e de seus desafiantes.

A grande corporação americana ocupa o papel central das transformações através de economias de escala. Estas envolvem um *investimento triplo*:¹⁶ em instalações produtivas, em marketing e distribuição e em administração. Enquanto o primeiro tipo de investimento não requer maiores explicações para o economista, habituado a pensar em economias de escala, o investimento em administração ganha importância nas tarefas de coordenação, monitoramento e alocação de recursos, e o investimento em marketing e distribuição é importante para garantir que o fluxo de bens alcance o consumidor. O caráter triplo do investimento se explica pela complementaridade das três formas envolvidas. A grande capacidade instalada representa elevados custos fixos que tornam obrigatório um grau apropriado de utilização da capacidade, de forma a manter reduzidos os custos unitários.¹⁷ Isto impõe o aspecto de regularidade e valoriza a tarefa de coordenação e monitoramento da administração, responsável por manter o volume, a velocidade e a regularidade do fluxo de bens produzidos. O que se refere também à aquisição de insumos e às operações de vendas, se o processo deve se dar sem entraves.

A competição adquiriu novas características, passando a ser travada no plano da eficiência estratégica e funcional, em vez de no plano dos preços. A eficiência funcional é obtida pelo aperfeiçoamento dos produtos, pelas relações industriais, pelo marketing e pela compra de insumos. A eficiência estratégica se atinge pela rápida entrada em mercados promissores e saída de mercados em declínio.

Os padrões de crescimento se relacionam com os de competição: novas unidades são adicionadas à organização multifuncional, visando não apenas à taxa de retorno, mas à redução de custos de produção e distribuição através do aproveitamento de economias de escala na produção e distribuição; e também para assegurar acesso a insumos ou impedir seu acesso por competidores.

O *investimento* em marketing e distribuição se traduz em integração vertical em direção à distribuição. Mais do que simples perda de vantagem competitiva de atacadistas, resultante do aumento de escalas de operação de produtores, a integração vertical se liga à necessidade de instalações e

¹⁶ O conceito de investimento é empregado por Chandler com liberdade, sendo mais abrangente do que o conceito convencional pela economia.

¹⁷ O artigo retornará a este aspecto na próxima subseção.

habilidades especializadas em marketing e distribuição, incluindo transporte e estocagem. As transações de venda ao comprador final se tornaram mais complexas, passando a requerer conhecimentos e habilidades na venda, instalação e manutenção. A importância de adquirir e manter parcelas de mercado passou a ser uma matéria muito importante para ser deixada nas mãos de empresários do comércio que pudessem ter relações também com os competidores. A equipe de vendas da firma passou a se encarregar de publicidade em tempo integral, assegurando entregas de acordo com compromissos, instalando os objetos de venda, provendo reparação, crédito e um fluxo contínuo de informações sobre os mercados, suas necessidades e preferências. Como resultado, as firmas passaram a diferenciar seus produtos através de serviços complementares que se integravam ao produto, com resultado de maior controle sobre seu mercado, e adquiriram um canal de informação, que são as observações coletadas pela estrutura de vendas junto ao mercado e transmitidas às instâncias decisórias.

Todos esses aspectos envolvem capacitações decorrentes do emprego de recursos e de inovação, que se traduzem em vantagens competitivas. A competição passou a se caracterizar pelo fato de que os primeiros a fazer o triplo investimento (em escala e escopo, instalações e qualificações da distribuição e organização administrativa) adquirem vantagens competitivas poderosas. Seus desafiantes devem lidar com o que a teoria econômica analisa estaticamente como fontes de barreira à entrada: a escala, a clientela e, eventualmente, a dificuldade de acesso a fontes de insumos decorrente da integração vertical, que se traduz em diferenças absolutas de custos. Mas as vantagens dos inovadores, mais do que meramente estáticas, envolvem conhecimento e processo: *“While the late comers production managers were learning the unique characteristics of what was usually a new or greatly improved technology and while its sales force was being recruited and trained, the first mover’s managers had already worked out the bugs in the production process. They had already become practiced in assuring prompt delivery. They knew how to meet costumer’s special needs and to provide demonstrations, consumer credit installment and after sales, repair and maintenance. In branded package products, where advertising was an important competition weapon, the first movers were already investing some of the high profits resulting from the low-cost operations in massive advertising campaigns” (Chandler, 1990:34).*

Condições de mudanças demográficas rápidas, que alterem mercados existentes, ou de mudanças tecnológicas, com criação e destruição de mercados, podem contribuir para a ativação de desafiantes. Quando se manifesta, a capacidade de desafiar se explica freqüentemente pelo fato de que não é exercida por empresas novas, mas por fusões, firmas explorando capacidades organizacionais para entrar em novos mercados, ou firmas que se lançam de nichos de produtos especializados ou mercados regionais. De uma maneira ou de outra, as capacitações das firmas não se limitam apenas à habilidade de combinar fatores de produção. Está presente o universo marshalliano que considera a organização interna da firma, suas conexões mercantis, seu relacionamento com o mercado dos consumidores, além dos conhecimentos produtivos *stricto sensu*.

Assim, o triplo investimento apontado por Chandler se refere a uma firma que não é meramente o local onde se reúnem os fatores de produção segundo técnicas de livre acesso a quem deseja produzir, característica de uma abordagem microeconômica de alocação de recursos. Os aspectos gerenciais e de comercialização complementam as capacitações organizacionais, que devem ser desenvolvidas e acumuladas, de maneira que os lucros são quase-rendas marshallianas em vez de corresponderem a uma taxa de lucros uniforme na economia. As barreiras à entrada estão presentes, mas como resultado de um processo dinâmico que repõe constantemente as fontes das quase-rendas. São lucros de oligopólio, mas, em vez de advirem da restrição do volume produzido para que se cobrem preços mais elevados possibilitados pelo controle do mercado, são mais bem entendidos como decorrentes de inovações introduzidas pelas empresas com monopolização temporária de oportunidades lucrativas criadas pelas próprias empresas, em contexto de expansão e progresso.¹⁸

3.2 *Big business*, coordenação e preços

De qualquer forma, o número de competidores de cada mercado que se transformou com o *triplo investimento* passou a ser pequeno, com rara al-

¹⁸ *O final deste parágrafo se refere mais exatamente à destruição criadora de Schumpeter. Com efeito, podemos apontar uma grande semelhança entre a visão de competição proposta no capítulo 7 de Capitalismo, socialismo e democracia, de Schumpeter, e a visão marshalliana de competição. A diferença está na concepção de que natura non facit saltum, a idéia marshalliana de que as transformações se operam em um ambiente empresarial em permanente mudança, a partir de novas soluções em diversas áreas da empresa, que os empresários estão sempre introduzindo, com um caráter mais gradual do que inovações do empresário schumpeteriano. Ver, por exemplo, o capítulo 12 do livro 4 dos Principes.*

ternância de liderança. Isto tem consequências nítidas sobre a formação de preços, a competição e as estruturas de mercado. A competição em preços se manteve como regra apenas em indústrias intensivas em trabalho, as que não realizaram o triplo investimento. Nas que o fizeram, a determinação de preços conta com o poder discricionário da liderança, baseando-se em estimativas de demanda e capacidades produtivas instaladas na indústria. Conforme Hicks (1989:24), os produtores passam a desempenhar conjuntamente as funções de determinação de preços e manutenção de estoques, passando a operar uma forma de estoque estabilizador própria. Isto é possível porque produção e estocagem são conduzidas pelo mesmo agente. Aqui se situam as raízes históricas da concepção de modelos *fixed-price*, onde os ajustamentos são promovidos por mudanças nas quantidades (em ordem, de ajustes de prazos mais curtos para mais longos): variação nos estoques, mudanças nas decisões de produção e decisões de investimento que aumentam a capacidade produtiva.

O poder de fixação de preços apresentado acima suscita a seguinte questão: se os preços não se comportam como variáveis impessoais de acordo com oferta e demanda, como são desempenhadas as tarefas de coordenação normalmente atribuídas ao sistema de preços, no ambiente empresarial americano do século XX? Como são coordenadas as decisões dos agentes?

Piore e Sabel (1984) analisam sob a denominação *big business* um sistema coordenado, historicamente determinado, que tem como elemento central as empresas discutidas na subseção anterior.¹⁹ Os autores apontam como seus aspectos distintivos o uso de equipamento especializado e de trabalho semiqualeficado e a produção de bens padronizados. Além de procedimentos tecnológicos e operacionais, são arranjos de coordenação complementares as formas de controle da força de trabalho em harmonia com o movimento operário, os instrumentos macroeconômicos de controle ligados ao *welfare state* e as regras do sistema monetário internacional e do comércio internacional após a II Guerra Mundial.²⁰

No âmbito da grande empresa, peça central do sistema, a produção em massa conduzida através de equipamento especializado e trabalho especificamente treinado tem por consequência recursos não-realocáveis. A produção

¹⁹ A visão de Piore e Sabel (1984), de firmas grandes e inflexíveis como raiz da crise do capitalismo americano a partir da década de 1970, foi objeto de crítica intensa e justificada por autores como Landes (1987), Minsky (1985) e Williams et alii (1987). Aqui são explorados aspectos dessa visão não atingidos pelas críticas.

²⁰ São aqui exploradas apenas as soluções no nível microeconômico.

em massa é lucrativa apenas se os mercados são grandes o suficiente para absorver a grande produção de bens padronizados bem como estáveis de forma a manter um grau de utilização do equipamento apropriado. A discussão de Chandler na subseção anterior permite afirmar que esses mercados tiveram de ser criados pelas empresas, como parte do triplo investimento. Convém acrescentar, no entanto, que na criação dos mercados, as empresas contaram com a ajuda de transformações nos transportes e comunicações.

Sob o *big business* o sistema de preços flexíveis não poderia desempenhar sua tarefa de coordenação e alocação de recursos, porque fora de seu uso específico os recursos da produção em massa são desprovidos de valor. O sistema se caracteriza pela inflexibilidade: “*A piece of modern machinery dedicated to the production of a single part cannot be turned to another use, no matter how low the price of that part falls, or how high the price of other goods rises*” (Piore & Sabel, 1984).

A inflexibilidade está presente também como impossibilidade de reversão do comprometimento de recursos com equipamentos e instalações. Aqui pode ser considerada a discussão pós-keynesiana da incerteza associada às decisões de investimento, que pertencem por excelência ao conjunto de decisões tomadas sob incerteza: bens de capital são comprados, erigidos e instalados como despesa irreversível porque, diferentemente de outras formas de manutenção de riqueza, os bens de capital não são padronizados e não podem ser revendidos em mercados organizados e contínuos como outros ativos.²¹ Este fato e o tempo e processo envolvidos na decisão fazem do investimento uma decisão crucial, no sentido de Shackle (1955): um experimento único e sem repetição, onde a experiência e atitude individuais são parte essencial das circunstâncias, não havendo dados de frequência e proporções que possam ter relevância ou significado. É desta forma que a discussão da decisão de investir envolve a qualidade do conhecimento que a suporta e a possibilidade de sua quase-reversão, ou seja, da flexibilidade²² e adaptabilidade depois que

²¹ Ver Davidson (1972) para considerações acerca dos bens de capital e de seu caráter ilíquido em comparação com outros ativos.

²² O conceito de flexibilidade se refere a diferentes graus de compromisso com o futuro (Jones & Ostroy, 1984), representando a medida em que as decisões presentes restringem opções futuras, ou a possibilidade de utilizar com variabilidade as condições resultantes de decisões presentes. A flexibilidade pode referir-se à mobilidade de recursos, à administração de portfólio e ao processo de produção. A decisão de investir envolve todos esses aspectos da flexibilidade. E mais, ela se pode acompanhar de aspectos institucionais cuja análise contribui para aprofundar a compreensão da coordenação econômica. O tema da flexibilidade ou inflexibilidade foi explorado em tempos recentes com referência a um aspecto mais restrito da questão: as

a decisão é tomada. O investimento envolve a troca de recursos líquidos por ilíquidos, com renúncia à flexibilidade e estreitamento do leque de alternativas do uso de recursos. Mas isto é necessário se um retorno substancial é buscado, pois os lucros industriais são quase-rendas marshallianas. Trata-se da troca de adaptabilidade por especialização, o dinheiro sendo o recurso máximo quanto à adaptabilidade.

De uma maneira ou de outra, como os custos unitários são baixos apenas se o grau de utilização da capacidade é apropriado, a inflexibilidade da produção em massa e a elevada proporção do capital imobilizado representam fonte de incerteza nas decisões de investimento. A solução para lidar com a incerteza envolve assumir controle sobre a demanda e o suprimento de matéria-prima, evitando suas flutuações, porque as firmas não podem realocar os recursos se a demanda cair ou ocorrerem dificuldades ligadas a suprimentos. Como indicou Chandler e foi discutido na última subseção, as corporações integraram verticalmente as atividades de marketing e distribuição, e também as atividades ligadas à produção de insumos, de forma a assegurarem um fluxo contínuo destes. Outros meios são, ainda, a segmentação do mercado, com parte da demanda capturada pela corporação e o resto deixado às pequenas firmas. Ainda outra solução, aqui importante porque ligada ao modelo *fixed-price*, é a resposta a flutuações através da variação de quantidades, mencionada no primeiro parágrafo desta subseção, que, no extremo, envolve deslocar os lucros das quase-firmas²³ que compõem a corporação para atividades mais promissoras, em vez de investi-los na atividade que lhes deu origem: ou seja, exercer a competição estratégica, apontada por Chandler, de entrada e saída em relação a atividades de acordo com seu caráter promissor. Todas estas soluções envolvem ações que a ciência econômica encara como imperfeições. A próxima subseção discute esta qualificação do ponto de vista teórico.

3.3 Concorrência: imperfeições ou instituições?

Foi visto que as condições que fazem a incerteza tolerável no ambiente institucional correspondem ao controle de mercados. As condições de conhecimento que suportam as decisões de investir se encontram nas relações entre

mudanças na organização industrial introduzidas pela firma japonesa na segunda metade do século XX, envolvendo a flexibilidade do processo produtivo e seu papel na competitividade. Este artigo, no entanto, se concentra em períodos históricos de experiências anteriores.

²³ Ver Guimarães (1982) para o conceito de quase-firma, a partir de Williamson (1971).

empresas e entre estas e consumidores, que permitem que vendas futuras estimadas sejam a base para decisões de investimento.²⁴

As formas de relacionamento entre empresas ou entre estas e consumidores são tradicionalmente tratadas sob a forma de estruturas de mercado. Entra em jogo a aplicação do modelo de concorrência perfeita e o papel de aspectos de funcionamento dos mercados tradicionalmente apontados como imperfeições. É importante lembrar que a concorrência *perfeita* assumiu na ciência econômica o papel de referência, ainda (ou principalmente) quando se discutem situações que dela se afastam, já que ela é o modelo básico da caixa de ferramentas do economista e o seu ideal normativo. Os oligopólios, juntamente com outras estruturas de mercado, são usualmente tratados como imperfeições da concorrência. Para ter consciência dos limites da aplicação da noção e do modelo de concorrência perfeita, vale resgatar a perspicaz observação de Coase (1988), de que economistas rotulam como imperfeição situações que não compreendem bem (ou que seus modelos não explicam), e ainda a proposição de Schumpeter, de que a concorrência efetivamente importante para compreender a economia e os mercados do século XX não é a concorrência estática em preços dos modelos tradicionais de microeconomia, mas a que ele chamou de “destruição criadora” (Schumpeter, 1984).

Devemos observar que Marshall nunca propôs um modelo de concorrência perfeita. Ele pensava em condições competitivas como um processo que variava em suas características entre os diversos mercados.²⁵ Em sua obra ele inclui “mercados particulares” de firmas, associa-os a produtos diferenciados, em suma, considera no âmbito da competição uma variedade de aspectos que apenas mais tarde serão rotulados de imperfeições por outros autores.

Uma proposta de avanço teórico para esta questão, que introduz conteúdo institucional na discussão de firmas e mercados, está em Richardson (1990),²⁶ que, no âmbito de uma discussão sobre informação e investimento, parte de uma crítica da concorrência. O problema do modelo de concorrên-

²⁴ *Observe-se que diferentes segmentos da atividade econômica se defrontam de maneira diversa com o problema da previsão de demandas.*

²⁵ *Ver, por exemplo, o capítulo 1 do livro 5 dos Principes.*

²⁶ *Vale observar que Richardson escreveu trabalhos seminais há várias décadas, sendo um autor de grande influência junto a economistas que discutem o tema das firmas e mercados em uma perspectiva neommarshalliana. Um reconhecimento desta influência está no livro editado por Foss e Loasby (1998), com ensaios escritos em homenagem a Richardson, podendo sua contribuição também ser apreciada nos comentários da apresentação de Teece à segunda edição (1990) de Information and investment, do autor.*

cia perfeita identificado por Richardson pode ser expresso pela idéia de que uma oportunidade lucrativa aberta a todos não é oportunidade lucrativa para ninguém (Richardson, 1990, caps. 1 e 2). Este autor propõe que as práticas tradicionalmente consideradas como imperfeições de mercado são, na realidade, elementos de natureza institucional que trazem coerência e ordem para o funcionamento do sistema econômico, através do desempenho de tarefas informacionais. Assim, diversas características apontadas por economistas como imperfeições dos mercados são, na verdade, elementos viabilizadores de seu funcionamento, por proporcionarem segurança através de informações sobre a lucratividade de investimentos em um contexto de incerteza. No que se refere à situação teórica da concorrência perfeita, pelo contrário, não estariam presentes tais elementos. Esta proposição teórica está de acordo com o ambiente empresarial do triplo investimento de Chandler.

3.4 Resumo da caracterização do ambiente empresarial norte-americano do início do século XX

Na maior parte deste século e nos ramos mais importantes da produção, o investimento é formação de capital ligada à produção em massa. Aplicam-se as ligações entre inflexibilidade e incerteza, dando ao investimento uma natureza não só irreversível, como também um elevado grau de compromisso e especialização da capacidade constituída em relação ao bem que se destina a produzir. A necessidade de garantir um grau elevado de utilização da capacidade suscita um novo padrão de comportamento e de competição, a ponto de identificar uma nova fase do capitalismo. A constituição e defesa de mercados com a dimensão e a estabilidade necessárias se faz com níveis sem precedentes de controle e previsão relativos a esses mercados. A solução do problema de coordenação requer a constituição de hierarquias que envolvem produção, marketing e distribuição e administração. Os lucros resultantes representam uma capacidade inédita de gerar recursos financeiros para o crescimento, que passa a ocorrer não só nos mesmos mercados, como através da adição de novas unidades produtivas em um processo de diversificação. O triplo investimento de Chandler explicita a importância da discussão do conceito de firma. Investimento não se faz apenas em equipamento, mas também em capacidades; a firma que cresce não é apenas a do equipamento instalado, mas a das conexões mercantis, dos recursos gerenciais e humanos, das capacidades organizacionais.

O ambiente empresarial norte-americano do início do século XX conta com arranjos institucionais distintos do ambiente empresarial inglês do século XIX. São diferentes institucionalmente as firmas (organizacionalmente), são distintas as formas de organização dos mercados. Entender esta institucionalidade é essencial para compreender como empresas e mercados se coordenam.

4. Conclusão: Implicações para a Análise do Problema da Coordenação

O estudo das relações entre a firma e o mercado tem-se caracterizado pela opção de considerar um deles determinante do comportamento do outro. Assim é que, para a abordagem “estrutura-conduta-desempenho”,²⁷ a firma se comporta de acordo com as características estruturais do mercado em que se situa; já autores gerencialistas, que focalizaram a firma em sua organização (Penrose, 1959; Maris, 1964), tenderam a ver o mercado como um ambiente plástico, moldado de acordo com a ação da firma. Cabe observar que são duas abordagens de difícil integração,²⁸ dada a sua disparidade metodológica e substantiva. Mais recentemente, a abordagem evolucionista neo-schumpeteriana (Nelson & Winter, 1982) procurou integrar firma e mercado, de maneira que parte da firma o comportamento inovativo, sendo o mercado uma instância de seleção dos comportamentos, cuja estrutura pode ser alterada como resultado de ações das firmas.

Este artigo discutiu o comportamento de firmas e mercados, apontando para uma maneira distinta das citadas no parágrafo acima. As relações entre firmas e mercados são investigadas em sua riqueza institucional, e firmas e mercados passam a ser vistos como formas complementares (em vez de alternativas) de geração de conhecimento e organização, onde estes estão nos agentes individuais (firmas), no conjunto de agentes (mercado) e no sistema econômico, ensejando a discussão de economias internas e externas.²⁹ Seguindo a proposição marshalliana, economias internas e externas são analisadas tendo como referência o desenvolvimento geral dos negócios, em vez de serem analisadas apenas nos agentes individuais.

²⁷ Na qual Bain (1967) pode ser apontado como autor de maior expressão.

²⁸ Para uma discussão deste problema quanto às duas abordagens, ver Possas (1985).

²⁹ Esta seria a essência de uma abordagem marshalliana de firmas e mercados afinada com o conjunto da obra deste autor. Para uma discussão contemporânea, ver Loasby (1999, cap. 7).

Uma das indicações reveladas por este enfoque é que os mercados não são um espaço exógeno às firmas. Este artigo analisou o ambiente empresarial americano do início do século como um meio no qual os mercados foram constituídos pelas firmas,³⁰ que criaram estruturas de comercialização, incluindo o fluxo de informações e a prestação de serviços complementares necessários aos novos produtos que estavam sendo vendidos. Esta estrutura organizacional substituiu a estrutura institucional característica do ambiente empresarial inglês do século XIX, como resultado de uma ação inovativa.

Por outro lado, mesmo os mercados da Inglaterra do século XIX não devem ser pensados como uma estrutura exógena às firmas. Os diversos tipos de agentes que podem estar envolvidos nas atividades de intermediação (transporte, corretagem, comercialização) devem investir em seus canais de informação e demais elementos que compõem sua atividade, incluindo conhecimento e organização. Se seus investimentos proporcionam vantagens aos produtores, que encontram, desta forma, uma estrutura de comercialização pela qual podem fazer escoar a sua produção, tais investimentos se realizam seguindo os mesmos objetivos de lucros dos produtores de bens. A disponibilidade dessa estrutura de escoamento da produção aparece ao produtor na qualidade de economias externas que decorrem da existência de um número suficientemente grande de produtores e compradores, de forma a tornar atrativo o investimento na atividade de intermediação.

Mais especificamente no que se refere às firmas industriais, as questões discutidas no artigo revelam que uma ampla compreensão da problemática das firmas e mercados, em suma, da competição, se beneficia de uma investigação das capacitações organizacionais das empresas. Estas não se limitam à produção material dos bens, mas também abarcam a comercialização e a gerência. A discussão da incerteza e dos investimentos é enriquecida pela consideração destas outras dimensões da atividade empresarial.

Referências Bibliográficas

Bain, J. Barriers to new competition. 1956.

Chandler, A. D. *The visible hand: the managerial revolution in American business*. Cambridge, Harvard University Press, 1977.

³⁰ A literatura detalha casos que ilustram de forma localizada a exposição geral reproduzida no artigo. A obra de Chandler é riquíssima em indicações bibliográficas destes casos, em especial Chandler (1977).

- _____. *Scale and scope: the dynamics of industrial capitalism*. Cambridge, Belknap P. of Harvard University Press, 1990.
- Chapman, S. D. Financial restraints on the growth of firms in the cotton industry 1790-1850. *Economic History Review*, 32:50-69, 1979.
- _____. *The rise of merchant banking*. London, George Allen and Unwin, 1984.
- _____. The cotton industry and the industrial revolution. In: Clarkson, L. (ed.). *The industrial revolution. A compendium*. Macmillan, 1990.
- _____. *Merchant enterprise in Britain. From the industrial revolution to World War I*. Cambridge University Press, 1992.
- Clapham, J. H. *An economic history of modern Britain*. London, Cambridge University Press, 1930-38.
- Coase, R. H. Industrial organization: a proposal for research. In: Coase, R. H. *The firm, the market and the law*. Chicago, The University of Chicago Press, 1988.
- Cottrell, P. L. Commercial enterprise. In: Church, R. *The dynamics of victorian business. Problems and perspectives to 1870s*. London, Allen & Unwin, 1980.
- Davidson, P. *Money and the real world*. London, Macmillan, 1972.
- Dow, S. C. & Earl, P. E. (eds.). *Economic organization and economic knowledge: essays in honour of Brian J. Loasby*. Aldershot, Edward Elgar, 1999. 2 v.
- Elbaum, B. & Lazonick, W. An institutional perspective on British decline. In: Elbaum, B. & Lazonick, W. *The decline of the British economy*. Oxford, Clarendon Press, 1986.
- Foss, N. J. & Loasby, B. J. (eds.). *Economic organization, capabilities and co-ordination: essays in honour of G. B. Richardson*. London, Routledge, 1998.
- Guimarães, E. A. *Acumulação e crescimento da firma*. Rio de Janeiro, Zahar, 1982.
- Hannah, L. *The rise of the corporate economy*. London, Methuen, 1976.
- Hicks, J. R. *A market theory of money* Oxford, Clarendon Press, 1989.

- Hyde, F. et alii. The cotton broker and the rise of the Liverpool cotton market. *The Economic History Review*, 8(1):75-83, 1955.
- Hutchison, T. W. *A review of economic doctrines*. Oxford, Clarendon Press, 1953.
- Jevons, W. S. *The theory of political economy*. New York, Kelley, 1965. (Reprints of Economic Classics.)
- Jones, R. A. & Ostroy, J. M. Flexibility and uncertainty. *Review of Economic Studies*, 51:13-32, 1984.
- Kerstenetzky, J. *Firmas e mercados. Uma abordagem histórico-institucional ao problema da coordenação*. Rio de Janeiro, IEI/UFRJ, 1995. (Tese de Doutorado.)
- _____. Teorias da firma: uma análise comparativa. In: Dantas, A. T. & Kerstenetzky, J. *Empresas, mercado e concorrência*. Rio de Janeiro, Contracapa, 2000.
- Knight, F. *Risk, uncertainty and profit*. Chicago, Chicago University Press, 1971.
- Landes, D. S. Piccolo è bello. Ma è bello davvero? In: Landes, D. S. (ed.). *A che servono i padroni*. Torino, Boringhieri, 1987.
- Langlois, R. N. & Foss, N. J. Capabilities and governance: the rebirth of production in the theory of economic organization. *Kyklos*, 52(2):201-18, 1999.
- Lazonick, W. *Business organization and the myth of the market economy*. Cambridge, Cambridge University Press, 1991.
- Loasby, B. *Knowledge, institutions and evolution in economics*. London, Routledge, 1999.
- Marris, R. *The economic theory of managerial capitalism*. London, Macmillan, 1964.
- Mathias, P. *The first industrial nation. An economic history of Britain, 1700-1914*. London and New York, Routledge, 1983.
- Minsky, H. Review of the second industrial divide. *Challenge*, 28(3):60-4, 1985.
- Moss, S. *Markets and macroeconomics, macroeconomic implications of rational individual behaviour*. Basil Blackwell, 1984.

- Nelson, R. & Winter, S. *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, Harvard University Press, 1982.
- North, D. C. *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, Cambridge University Press, 1990.
- Payne, P. L. Entrepreneurship in the nineteenth century. In: Clarkson, L. *The Industrial Revolution. A compendium*. Macmillan, 1990.
- Penrose, E. T. *The theory of the growth of the firm*. Oxford, Basil Blackwell, 1959.
- Piore, M. & Sabel, C. F. *The second industrial divide*. New York, Basic Books, 1984.
- Possas, M. L. *Estruturas de mercado em oligopólio*. São Paulo, Hucitec, 1985.
- Richardson, G. B. The organization of industry. *The Economic Journal*, 82:883-96, Sept. 1972.
- _____. *Information and investment*. [1967]. Oxford, Oxford University Press, 1990.
- Schumpeter, J. A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1984.
- Shackle, G. L. S. *Uncertainty in economics and other reflections*. Cambridge, Cambridge University Press, 1955.
- Williams, K.; Cutler, A.; Williams, J. & Haslam, C. The end of mass production? *Economy and Society*, 16(3):405-39, 1987.
- Williamson, O. Managerial discretion, organization form and multidivision hypothesis. In: Marris, R. & Wood, A. *The corporate economy: growth, competition and innovative potential*. London, Macmillan, 1971.
- _____. *The economic institutions of capitalism*. New York, Free Press, 1985.