

Análise Econômica

CRISES CAMBIAIS DOS ANOS 1990: UMA ANÁLISE SOB O ENFOQUE CUSTO BENEFÍCIO À BARRO-GORDON

TITO BELCHIOR S. MOREIRA, MAURÍCIO BARATA DE P. PINTO, GERALDO DA SILVA E SOUZA

LEI FUNDAMENTAL DA CONCORRÊNCIA CAPITALISTA E CRITÉRIO DE ADOÇÃO DE NOVAS TÉCNICAS

FRANCISCO PAULO CIPOLLA

CONCORRÊNCIA, COMPORTAMENTO ESTRATÉGICO E DESEMPENHO COMPETITIVO

ACHYLES BARCELOS DA COSTA

INCENTIVOS FISCAIS (SUDAM E SUFRAMA) E A DINÂMICA INDUSTRIAL E AGROPECUÁRIA NA REGIÃO NORTE

LUIZ ROBERTO C. NASCIMENTO, JOÃO POLICARPO R. LIMA

VANTAGENS COMPARATIVAS MUNICIPAIS: INDICADORES E DETERMINANTES

MARCOS COSTA HOLANDA, FRANCIS CARLO PETERINI

A CONTRIBUIÇÃO DO EMPREGO PÚBLICO NA GERAÇÃO DE POSTOS DE TRABALHO NOS PAÍSES DESENVOLVIDOS DESDE O PÓS-GUERRA

FERNANDO AUGUSTO M. DE MATTOS

THE UIP HYPOTHESIS FOR ARGENTINA, BRAZIL, CHILE AND MEXICO WITH THE USE OF THE RATIONAL EXPECTATION HYPOTHESIS: NEW EMPIRICAL EVIDENCE

JAIMILTON V. CARVALHO, ADOLFO SACHSIDA, PAULO R. A. LOUREIRO, TITO BELCHIOR S. MOREIRA

A REDUÇÃO DA JORNADA DE TRABALHO EM MARX: POR QUE FALHAM AS PREVISÕES NOVO-KEYNESIANAS SOBRE OS IMPACTOS DESSA MEDIDA?

PAULO SÉRGIO FRACALANZA

Ano **23**

Nº **43**

Março, 2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. José Carlos Fertaz Hennemann

FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Diretor: Prof. Gentil Corazza

CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS ECONÔMICAS

Diretor: Prof. Lovois de Andrade Miguel

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Chefe: Prof. Ricardo Dathein

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS

Chefe: Prof. Ceno Odilo Kops

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

Coordenador: Prof. Fernando Ferrari Filho

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL

Coordenador: Prof. Paulo Dabdab Waquil

CONSELHO EDITORIAL: Carlos G. A. Mielitz Netto (UFRGS), Eduardo A. Maldonado Filho (UFRGS), Eduardo P. Ribeiro (UFRGS), Eleutério F. S. Prado (USP), Eugênio Lagemann (UFRGS), Fernando Cardim de Carvalho (UFRJ), Fernando Ferrari Filho (UFRGS), Fernando de Holanda Barbosa (FGV/RJ), Flávio Vasconcellos Comim (UFRGS), Gentil Corazza (UFRGS), Giacomo Balbinotto Netto (UFRGS), Gustavo Franco (PUC/RJ), Hélio Henkin (UFRGS), Jan A. Kregel (UNCTAD), João Rogério Sanson (UFSC), Joaquim Pinto de Andrade (UnB), Jorge Paulo Araújo (UFRGS), Marcelo S. Portugal (UFRGS), Maria Alice Lahorgue (UFRGS), Paul Davidson (University of Tennessee), Paulo D. Waquil (UFRGS), Pedro C. D. Fonseca (UFRGS), Philip Arestis (University of Cambridge), Roberto C. Moraes (UFRGS), Ronald Otto Hillbrecht (UFRGS), Sérgio M. M. Monteiro (UFRGS), Sabino da Silva Porto Jr. (UFRGS), Stefano Florissi (UFRGS) e Werner Baer (University of Illinois at Urbana - Champaign).

COMISSÃO EDITORIAL: Eduardo Augusto Maldonado Filho, Fernando Ferrari Filho, Hélio Henkin, Marcelo Savino Portugal, Paulo Dabdab Waquil e Sérgio Marley Modesto Monteiro.

EDITOR: Sérgio Marley Modesto Monteiro

EDITOR ADJUNTO: Hélio Henkin

SECRETÁRIO: Emerson Douglas Neves

REVISÃO DE TEXTOS: Vanete Ricacheski.

EDITORAÇÃO: Núcleo de Editoração e Criação da Gráfica da UFRGS - Janaína Horn e Junia Saedt

FUNDADOR: Prof. Antônio Carlos Santos Rosa

Os materiais publicados na revista *Análise Econômica* são da exclusiva responsabilidade dos autores. É permitida a reprodução total ou parcial dos trabalhos, desde que seja citada a fonte. Aceita-se permuta com revistas congêneres. Aceitam-se, também, livros para divulgação, elaboração de resenhas e resenhas. Toda correspondência, material para publicação (vide normas na terceira capa), assinaturas e permutas devem ser dirigidos ao seguinte destinatário:

PROF. SÉRGIO MARLEY MODESTO MONTEIRO

REVISTA *ANÁLISE ECONÔMICA* - Av. João Pessoa, 52
CEP 90040-000 PORTO ALEGRE - RS, BRASIL

Telefones: (051) 3316 3513/3316 4164

Fax: (051) 3316 3990 - E-mail: rae@vortex.ufrgs.br

A Revista *Análise Econômica* agradece a colaboração dos pareceristas do número 43, abaixo relacionados:

Adelar Fochezatto
Carlos Henrique Horn
Carlos Guilherme A. Mielitz Netto
Fabiana Fontes Rocha
Márcio Gomes Pinto Garcia
Maria de Lourdes Rollemberg Mollo
Maria Luiza Falcão Silva
Orlando Martinelli Jr.
Ricardo Dathein
Sabino da Silva Porto Jr
Samuel de Abreu Pessoa
Sérgio Marley Modesto Monteiro

Análise Econômica

Ano 23, nº 43, março, 2005 - Porto Alegre
Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, 2000

Periodicidade semestral, março e setembro.

I. Teoria Econômica - Desenvolvimento Regional -
Economia Agrícola - Pesquisa Teórica e Aplicada -
Periódicos. I. Brasil.

Faculdade de Ciências Econômicas,
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

CDD 330.05

CDU 33 (81) (05)

Concorrência, comportamento estratégico e desempenho competitivo

*Achyles Barcelos da Costa**

Resumo: A variedade de comportamentos e de desempenhos entre empresas no mercado e em âmbito setorial é uma realidade em distintas economias. Entretanto, o instrumental teórico que permita apreender este estado de coisas ainda não se encontra unificado e plenamente desenvolvido. Aceitar a heterogeneidade de performances econômicas como resultado da própria dinâmica concorrencial, assim como a mutabilidade do ambiente competitivo, é um passo importante na elaboração e no emprego de conceitos que ajudem a dar conta do real. Desenvolvimentos teóricos de cunho neoschumpeteriano e na área do comportamento estratégico constituem caminhos promissores nessa direção.

Palavras-chave: concorrência, competitividade, estratégia.

Abstract: The variety of behaviours and performances of firms in the market, as well of sector level, is a diary reality of economic life. However, the theory that could deals with this situation is not unified and plenty developed. Accept the heterogeneity of economic performances as result of the very dynamic of competition and the mutability of the competitive environment is an important step in the conception and use of theoretical concepts that can help to understand the reality. Analytical developments from neo-Schumpeterian approach and from strategic behaviour are a proper pathway in that direction.

Keywords: competition, competitiveness, strategy.

JEL Classification: Industrial Organization (L0, L1, L2)

1 Introdução

A um observador preocupado em entender a dinâmica de economias reais, seja qual for o nível de análise empregado – micro, meso ou macroeconômico –, o quadro se apresenta heterogêneo e de relativa complexidade. As economias nacionais em suas trajetórias têm mostrado ao longo do tempo performances que não são enquadráveis em uma norma comum. Ritmos de crescimento

* Economista. Professor da Unisinos.

desiguais ou, ainda, porque alguns países são ricos e outros pobres, têm se constituído em objeto de preocupação de estudiosos do desenvolvimento econômico.

Em âmbitos micro e mesoeconômico, objeto de atenção deste trabalho, o panorama não se mostra diferente. A performance das empresas nos mercados em sua dimensão competitiva não segue um padrão de regularidade no tempo. Algumas empresas são bem-sucedidas, enquanto outras fecham as portas. Uma têm crescimento vegetativo, outras alcançam altos resultados. Mesmo para essas últimas, em algum momento de sua existência podem se defrontar com situações de crise, às vezes profundas, em que ou conseguem superar esses períodos difíceis ou sucumbem às adversidades. Em nível setorial, uma mesma atividade econômica pode se apresentar configurada de modo particular, dependendo da região ou do país onde está localizada. Assim também, formas de organização industrial que se mostram exitosas, constituindo-se em paradigmas na orientação de arranjos produtivos de atividades econômicas em direção ao crescimento, podem entrar em crise em determinado momento e perder dinamismo.

A relevância do assunto está em que a compreensão do comportamento e do desempenho dos agentes econômicos em sua atuação no dia-a-dia é crucial para empresas e governos. Para as primeiras, no estabelecimento de suas estratégias empresariais de modo a lhes garantir a sobrevivência e a prosperidade nos mercados. Para os governos, a importância revela-se na efetividade que as políticas formuladas têm em direcionar a ação de empresas e outros agentes no alcance de algum objetivo definido pela sociedade.

Do ponto de vista teórico, a questão reside em se dispor de conceitos ou categorias analíticas que permitam apreender os determinantes dessas assimetrias comportamentais e de desempenhos dos agentes, bem como de suas trajetórias. Além disso, há que se ter presente os limites analíticos do instrumental utilizado em termos de escopo e tempo histórico aos quais se aplica.

Ao se lançar mão do conhecimento acumulado, entretanto, o terreno não é, igualmente, dos mais amigáveis. O esforço realizado se mostra difuso, em alguns casos apresentando posições antagônicas entre si e, às vezes, com conteúdos eivados de ideologia. A variedade de enfoques deve-se não somente às diferenças de matriz teórica e suas variantes, mas também da gama de construções conceituais que são empregadas para dar conta de aspectos particulares de fenômenos econômicos.

Transitar nesse caminho requer escolhas. Obviamente, as opções feitas são condicionadas pelas “visões” dos pesquisadores, de suas capacitações e de preferências teórico-analíticas. Entretanto, embora a ciência não seja neutra, isto não significa que a análise seja necessariamente sem objetividade. O ponto relevante consiste em saber se a teoria escolhida é capaz de dar respostas consistentes às questões investigadas. Por isso, desde logo, se adianta que a discussão aqui empreendida é uma escolha consciente do que se considera seja o caminho para se construir um marco teórico capaz de tratar a diversidade de performances empresariais e setoriais.¹ Por último, e não menos importante, a discussão a seguir não busca novos desenvolvimentos teóricos. Apenas sistematiza e organiza conceitos provenientes de abordagens que permitem entender aquela diversidade e, portanto, que sejam úteis na orientação de investigações empíricas particulares.

O artigo, além desta introdução, contém mais três seções. A seção a seguir busca mostrar os fatores que condicionam as estratégias empresariais e o sucesso competitivo. A terceira seção, por sua vez, desloca a discussão para o âmbito da firma. A idéia ali é salientar a necessidade de colocá-la como um agente ativo, dado que é *locus* importante de decisões mercantis, de modo que se compreenda os determinantes do comportamento estratégico. Por último, a seção das considerações finais encerra o texto, onde se faz, então, um balanço do material discutido.

2 Processo concorrencial e padrão de competição

O processo de concorrência capitalista é multifacetado, ditando a luta diária das empresas em sua busca pela sobrevivência e expansão nos mercados. Embora seja um elemento constitutivo desse modo de produção social, a concorrência não é um atributo estático. Ao contrário, evolui com o sistema em sua dinâmica, assumindo características ditadas pelas interações entre os agentes econômicos, deles com a estrutura do setor em que atuam, com o ambiente mais geral da sociedade, e pelo estágio de desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção.

¹ É desnecessário dizer que essa é uma proposição de cunho tautológico, pois qualquer analista considera que o enfoque teórico que aplica é o “correto”. A justeza da teoria, entretanto, é sua adequação à realidade. O que se busca deixar explicitado é que se vai privilegiar determinados desenvolvimentos teóricos. Apenas isso.

O “espaço” econômico-social onde o processo concorrencial se desenrola, o mercado – e a interação deste com o ambiente sistêmico –, atua como um mecanismo seletivo entre empresas de *best practices* e de produtos produzidos que se originam da própria disputa empresarial.

O movimento das empresas nessa arena não ocorre, contudo, ao longo de um caminho estável, conhecido *a priori* e sem dúvidas em relação às rotas disponíveis. Antes, o ambiente onde a empresa se move é mutante, ou inerentemente instável como afirmou Schumpeter (1928), e cuja característica principal é ser turbinado por mudanças contínuas – não apenas no sentido de que o mundo não é estacionário – e por rupturas em sua dinâmica evolutiva que alteram a vida diária dos indivíduos nas suas mais variadas dimensões: técnicas de produzir tornam-se obsoletas frente a outras mais eficientes e modernas, relações sociais são substituídas, alteram-se os padrões de consumo e culturais, enfim, “tudo o que era estável e sólido desmancha no ar”.

Todavia, o fato de o mundo capitalista ser complexo, instável e mutante, devido, dentre outras transformações, às inovações que são endogenamente geradas no processo de concorrência, não significa que as mudanças ocorram de maneira caótica, obedecendo às idiosincrasias dos agentes em ação. As decisões das empresas e de outros participantes do mercado, embora sejam incertas quanto a seus resultados, produzem ordem,² mesmo que a mesma não seja considerada explicitamente em seus cálculos.

O que garante uma trajetória relativamente ordenada de mudanças econômicas é a existência em determinado tempo e espaço históricos de paradigmas tecnológicos que funcionam como guias, delimitando a direção das mudanças que os agentes devem seguir em sua adaptação ao novo ambiente.³ Segundo

² Ordem, aqui, significa que o sistema consegue se reproduzir, embora com as modificações em sua estrutura. Isto não se confunde com a idéia neoclássica de equilíbrio, onde cessam todos os efeitos das variáveis independentes sobre os parâmetros, atingindo um estado de repouso, até que um novo choque exógeno altere as condições de mercado e o mova em direção a um novo ponto de estabilidade. A sua trajetória em direção a um estado de equilíbrio é uma quimera neoclássica, pois em sua busca incessante por lucros as empresas são levadas a introduzir inovações que rompem com as relações existentes no mercado provocando desajustes.

³ Não se pretende aqui um reducionismo tecnológico. Obviamente as instituições e o estágio das relações sociais são elementos importantes nessa questão. Apenas se está enfatizando, para o que nos interessa, a tecnologia como a dimensão relevante na disputa concorrencial.

Dosi (1982), o paradigma tecnológico atua como um selecionador de problemas relevantes a serem resolvidos, bem como fornece um padrão de investigação cujos princípios e procedimentos são dados pelo estado do saber científico. Estabelecido o paradigma – no sentido de que se firma como base para um novo aumento no padrão de produtividade do sistema –, definem-se possíveis direções ou trajetórias tecnológicas em seu interior, ou seja, os caminhos percorridos pelas empresas em sua busca por aumentos de produtividade e reduções de custos.⁴

Entretanto, as escolhas tecnológicas específicas feitas pelas empresas, as rotas a seguir, não se constituem em algo trivial e plenamente estabelecido, ou ainda, que as tecnologias estejam disponíveis no mercado, prontas para aquisição, dependendo apenas da função-objetivo do adquirente. Dada a diversidade dos agentes em termos de capacitações, trajetórias tecnológicas percorridas, percepções de oportunidades, grau de aversão ao risco, setores em que atuam, além da complexidade e incerteza do mundo circundante, abrem-se possibilidades de horizontes distintos, de comportamentos diferenciados e de desempenhos assimétricos.

De modo análogo, o ingresso das empresas nessa empreitada não é apenas um ato de vontade. A necessidade de as firmas se ajustarem ao novo ambiente produzido pelas inovações decorre de pressões competitivas a que são submetidas, desde aquelas que têm origem no ambiente sistêmico, quanto das originárias de forças coercitivas da concorrência setorial. No primeiro caso, as pressões são procedentes do marco regulatório, da política industrial e tecnológica com os seus instrumentos de apoio e incentivos, da política tarifária, enfim, das externalidades que são criadas no ambiente e que condicionam as estratégias empresariais em direção à maior eficiência e à inovação. Já no âmbito setorial o acicate concorrencial provém da interação das empresas no mercado e que se manifesta na política de preços, na qualidade e na diferenciação de produtos, entre outros (POSSAS, 2002).

Ainda em âmbito setorial, as estratégias empresariais adotadas são regidas pelo padrão de competição dominante no setor de atuação das empresas.

⁴ Por exemplo, o aumento da escala para se obter reduções de custos de produção, aumento na velocidade de processar e na capacidade de armazenar informações dos *chips*.

Embora o conjunto de formas possíveis de competição seja amplo, englobando preço, qualidade, habilidade de servir ao mercado, esforço de venda, diferenciação de produto e outras, em cada mercado predomina uma ou um subconjunto dessas formas como fatores críticos de sucesso competitivo. As regularidades nas formas determinantes de competição constituem o padrão de concorrência setorial (FERRAZ, KUPFER, HAGUENAUER, 1995, p. 6).

Obviamente, um mesmo atributo pode manifestar-se em graus variados de intensidade e com características específicas associadas ao setor onde se desenvolve. Por exemplo, é difícil comparar o grau de importância que o *design* de um automóvel exerce sobre as preferências de um grupo de consumidores com aquele oriundo do *design* de uma confecção, de um móvel ou de um par de sapatos, para esses mesmos consumidores.

O predomínio em determinado tempo e lugar de algum dos atributos de concorrência provê à firma de informações sobre a estratégia competitiva a ser implementada, dados seus recursos e capacitações. Uma outra característica apresentada pelo padrão de competição é ser mutável no tempo. As próprias empresas procuram alterar esse padrão – mediante inovações – em benefício próprio, de modo a lhes garantir lucros extraordinários, embora fugazes em sua durabilidade. Vejamos, então, as possibilidades que se abrem às empresas na exploração das oportunidades oferecidas pelo padrão de competição.

Na sua luta no mercado, com o objetivo de diferenciar-se dos concorrentes e assegurar uma posição competitiva que seja vantajosa e sustentável, cada empresa envolve-se em um processo de “destruição criadora” em busca de novos produtos, novos processos de produção e novas formas organizacionais capazes de lhe dar as vantagens de que necessita. Em situações como essa, a procura por inovações é condicionada por fatores como o tipo e a estrutura de mercado da atividade em que a empresa está envolvida, os consumidores a quem o produto se destina, a natureza do processo de produção e dos materiais empregados, bem como o ritmo do progresso técnico.

No caso de produtos que apresentam variados atributos de diferenciação⁵ ou que sejam relativamente homogêneos, a empresa se vê, respectivamente, diante de horizontes ampliados ou mais restritos para desenvolver vantagens competitivas.

⁵ Sobre a diferenciação de produtos como base para a competição, ver Guimarães (1982) e Possas (1999).

Quando os consumidores defrontam-se com produtos com múltiplas dimensões, tais como *design*, conforto, durabilidade, e outros, e sobre as quais não conseguem estabelecer seus julgamentos de consumo de modo preciso e isento de idiosincrasias, abrem-se às empresas oportunidades para que empreendam esforços de venda com o objetivo de convencer os consumidores da superioridade do produto que oferecem no mercado (GUIMARÃES, 1982).

As oportunidades surgem também do processo produtivo – seja discreto ou contínuo –, das diferentes intensidades de mão-de-obra requerida na produção e do ritmo do progresso técnico no setor. Essas características tornam possível que empresas se capacitem para obter vantagens competitivas com base nesses elementos. Em atividades onde a produção requiera intenso uso de trabalho direto, a existência abundante de mão-de-obra percebendo baixos salários é fator que pode propiciar competitividade.⁶ De modo semelhante, em setores onde se estabelece um novo paradigma tecnológico, as oportunidades de exploração de nova trajetória de inovação em produtos e processos permitem às firmas – que estabelecem estratégias tecnológicas condizentes ao novo paradigma – se posicionarem favoravelmente no mercado.

Afora o seu âmbito de influência, ou seja, as capacitações que cada firma procura desenvolver para entrar nesse jogo, existem outros elementos sobre os quais pode obter vantagens competitivas e que estão além de suas portas, tais como aqueles vinculados ao seu mercado imediato, ao setor em que se encontra inserida, à região ou espaço geográfico onde tem sua sede e ao entorno nacional.

A firma pode tirar proveito isoladamente de alguns desses elementos, enquanto que de outros, quando comuns a todas empresas estabelecidas no mercado, os benefícios só terão efetividade competitiva naquelas situações em que a empresa confronta-se com concorrentes oriundos de ambientes distintos, como no caso de indústrias semelhantes existentes em outros países (POSSAS, 1999). Em âmbito setorial, a capacidade de as firmas se diferenciarem na escolha de fornecedores que atendam às especificações exigidas de componentes, de matérias-primas e que obedeçam a prazos de entrega, bem como de estabelecerem relações de parceria e cooperação ao longo da cadeia produtiva, entre outros, geram condições para obter vantagens competitivas individuais.

⁶ Entretanto, Fajnzylber (1988) chama a atenção que este é o tipo de competitividade considerada *espúria*, que pode ter vigência por algum tempo, mas não se sustenta no longo prazo.

Os atributos que definem determinado padrão de competição estão sujeitos também às influências da forma de estrutura setorial. Guimarães (1982), com base na taxonomia de estruturas de mercados sugerida por Joseph Steindl, identifica dois tipos de mercados: o competitivo⁷ ou atomizado e o oligopolizado.

Como se sabe, o modelo teórico de estruturas de mercado atomizadas as caracterizam como sendo povoadas por um grande número de empresas que, dado o seu tamanho pequeno em relação à extensão do mercado, não conseguem influir no preço, nem determinar a rentabilidade dos produtos vendidos. A facilidade de entrada e saída nesses mercados indica que o preço é o atributo marcante do padrão de competição. Dependendo da existência no setor de linhas de produtos com vocação para a diferenciação, há a possibilidade de a disputa entre as empresas no mercado ocorrer, além do preço, também pela diferenciação de produtos. Nesse caso poder-se-ia denominar o padrão de competição de *competitivo-diferenciado*.

Já em estruturas oligopólicas – sejam de produtos homogêneos, sejam de produtos diferenciados – a concorrência por preços não se apresenta com a mesma intensidade. Isto não significa que, havendo oportunidades para tanto, elas não sejam aproveitadas. Ocorre que, em estruturas desse tipo, a configuração industrial alcançada, resultado de sua dinâmica evolutiva, apresenta certo grau de estabilidade, pois os lucros acumulados no tempo fornecem às empresas certa resistência para enfrentar fases adversas dos negócios e disputas de mercado por períodos mais prolongados. Barreiras à entrada elevadas existentes no mercado estabelecem um *gap* de custos, tornando impeditivo o ingresso de novos concorrentes que busquem se fixar no mercado através de política de reduções de preços.⁸ A concorrência entre as firmas para ganhar as preferências dos consumidores e dar vazão ao seu potencial de crescimento ocorre pela introdução de uma nova mercadoria, diferenciando e/ou diversificando a linha de produtos existentes, ou através de um novo processo de produção ou de uma nova forma organizacional.

⁷ O termo *competitivo* utilizado naquela classificação tem o significado de dispersão de capitais e não deve ser confundido com a acepção de *bem-sucedido* no mercado como, de modo geral, é empregado na discussão sobre competitividade. Por isso optou-se aqui, quando conveniente, pelo uso da palavra *atomizado*, pois é menos ambígua na caracterização daquelas estruturas de mercado que apresentam muitas unidades produtivas e baixas barreiras à entrada e à saída.

⁸ A existência de *sunk costs* na atividade também atua como fator inibidor à entrada.

No plano sistêmico, aqueles fatores que exercem influência horizontal sobre as empresas como, e.g., juros, câmbio, sistema tributário, infra-estrutura de transportes e comunicações, mão-de-obra com elevado nível de educação formal, permitem que o conjunto de empresas de determinado setor se coloque vantajosamente frente a concorrentes externos.⁹

As estratégias competitivas, portanto, têm como balizador o padrão de competição dominante em um dado setor produtivo. Assim, ao longo do tempo, o bom ou o mau desempenho de empresas e setores será determinado pela capacitação que apresentem em concorrer naqueles atributos que informam o padrão de competição. Estabelecer estratégias adequadas para tal fim é fundamental para a sobrevivência e a expansão nos mercados.

O que se vê no cotidiano das empresas, contudo, é que nem todas aproveitam, ou até mesmo percebem, as oportunidades que os mercados oferecem. Pode ocorrer ainda que, em situações onde buscam usufruir esses momentos favoráveis, as estratégias empregadas podem não ser as mais adequadas.

Todavia, ao se procurar auxílio da teoria para explicar a diversidade de comportamento estratégico e de sucesso competitivo defronta-se com a dispersão de conceitos, dificultando a busca de respostas consistentes ao problema. Distintas bases analíticas empregadas, divergências nas percepções sobre a existência da firma e de seus objetivos, bem como de sua dinâmica de crescimento, informam as visões em disputa acerca da existência da firma e de suas estratégias. Percorrer esse debate, portanto, é útil para a busca de uma estrutura conceitual que auxilie na organização das informações sobre comportamentos e desempenhos observados em distintos setores produtivos da economia.

3 A empresa e o comportamento estratégico

Em uma economia capitalista de livre competição, a empresa¹⁰ é o *locus* básico onde ocorre geração de riquezas e acumulação de capital. Para isso ela adquire meios de produção e força de trabalho que utiliza na produção de bens e serviços, de modo que o valor total – em dinheiro – obtido com a venda dessas mercadorias seja maior do que o empregado na compra daqueles

⁹ Ver, Coutinho e Ferraz (1994).

¹⁰ Empresa aqui é entendida em seu sentido institucional, genérico, como elemento constitutivo desse modo de produção social. Assim, as suas atividades podem estar vinculadas à agricultura, à indústria, ou ao setor serviços.

fatores de produção usados no processo produtivo. Em suma, esse processo deve gerar excedentes ou lucros.

Entretanto, o fato de produzir determinado volume de mercadorias não garante em si que a empresa vá obter ganhos. Como capitalista, o proprietário da empresa não está interessado no valor de uso dos bens que produz – no sentido de ele mesmo consumi-los –, por isso deve lançá-los na órbita da circulação para que outros agentes os adquiram e consumam. Contudo, desde a ótica individual esse é um processo incerto, pois outros capitais encontram-se na mesma situação. Estabelece-se, então, uma acirrada competição entre as várias empresas de modo que cada uma delas busca garantir a realização do lucro das mercadorias que põe à venda.

Ao entrar nessa disputa, as empresas, em suas individualidades, devem estabelecer estratégias que lhes sejam favoráveis e ter a seu dispor um arsenal de instrumentos que lhes permitam sair vitoriosas dessa guerra, a qual, diga-se de passagem, se renova diariamente.¹¹ Os derrotados são alijados do mercado, seja pela perda do *status* de capitalista ou de empresário – quando encerram suas atividades – seja pela incorporação a outros capitais.¹² A sua aparição novamente no sistema pode ocorrer como agente subordinado, na condição de trabalhador assalariado.¹³

A arena na qual as empresas implementam suas estratégias competitivas – o mercado – é um campo permeado por incertezas e idiosincrasias. Embora se admita que os agentes econômicos ajam com racionalidade¹⁴ na busca de seus objetivos e estejam sujeitos aos mesmos sinais de mercado, a percepção das ameaças e das oportunidades que o mercado oferece difere entre as

¹¹ “Não basta criar uma diferença favorável, é preciso buscar constantemente novas fontes de ganhos extraordinários. Por isso, a concorrência deve sempre ser examinada de uma perspectiva dinâmica. O mesmo vale para a competitividade, pois é competitivo quem consegue alcançar bons resultados nessa disputa e, para fazê-lo é preciso manter vantagens competitivas, numa eterna luta contra os concorrentes.” (POSSAS, 1999, p. 50).

¹² No caso de haver a separação entre a propriedade e o controle, a figura do empresário individual como proprietário do negócio deixa de ter relevância. Isto, contudo, não invalida a noção de que a empresa que faliu ou foi incorporada a outros capitais perde seu papel de liderança ativa nos negócios.

¹³ Obviamente, desde que possua condições para tanto, pode reingressar como capitalista em outro ramo produtivo.

¹⁴ A teoria neoclássica da firma supõe que a regra comportamental dos participantes do mercado seja a maximização de sua função-objetivo (a chamada racionalidade instrumental). Isso, por sua vez, requer que os agentes possuam informações perfeitas e capacidade computacional ilimitada. Entretanto, o ambiente concorrencial no qual as empresas atuam é complexo e imprevisível em sua dinâmica, pois as decisões tomadas em um determinado

empresas em função de suas histórias de desenvolvimento, de distintas habilidades que apresentem, de sua compreensão das estratégias competitivas mais adequadas ao sucesso no mercado, e de tendências econômicas de seu ambiente externo. Isso, por seu turno, significa que as empresas podem diferir entre si em suas estruturas, estratégias e capacitações específicas (*core capabilities*) (NELSON, 1991). A admissão dessas diferenças implica, igualmente, aceitar a possibilidade de performances econômicas diferenciadas no mercado. Segundo Nelson, produzir um dado produto ou conjunto de bens utilizando técnicas conhecidas não é garantia de sobrevivência na atividade a longo prazo. Para a firma se manter ativa em um ambiente evolucionário – complexo e cambiante – é preciso se distinguir dos concorrentes mediante inovações em produtos, processos e práticas organizacionais. No campo de batalha da competição, como já indicado por Schumpeter (1942), há vencedores e perdedores: não é, portanto, um jogo de ganha-ganha.

Essa é uma visão da performance econômica que discrepa da corrente neoclássica tradicional, ainda dominante nos livros-texto de economia. A teoria neoclássica tem dado pouca atenção ao que se passa no interior da empresa tratando-a, na opinião de seus críticos, como uma *black box*, ou como um “ser misterioso”. Para além dos portões da empresa, o arranjo institucional no qual ela se move – as regras do jogo que tem de observar em suas relações no dia-a-dia, e que influem em seu desempenho – não é incorporado por essa teoria em seu arcabouço analítico, pois as instituições são consideradas um dado externo que não repercute nas relações de compra e venda praticadas no mercado (NORTH, 1997). Ela está preocupada em explicar como é feita a alocação de recursos na economia a partir de agentes racionais que atuam atomisticamente. Vê a firma como sendo uma entidade que combina fatores de produção, os quais são considerados homogêneos entre si em suas singularidades, para obter um dado produto

ponto do tempo mantém seus efeitos em períodos futuros, e o futuro é por natureza incerto. Em outras palavras, não há como conhecer com precisão a função-utilidade dos agentes envolvidos, *et pour cause* deixa de ser relevante a idéia de otimização como base de explicação para o comportamento empresarial. Em situações de incerteza, a racionalidade adotada é aquela que Simon (1986) denomina de *procedural*, ou seja, busca de adequação dos processos decisórios aos objetivos almejados. De acordo com Simon, para se avaliar a “racionalidade” ou a “razoabilidade” de um determinado comportamento deve-se fazê-lo à luz do conhecimento disponível acerca do contexto em que o comportamento ocorre, dos fins pretendidos e dos meios computacionais disponíveis para alcançá-los.

final – a idéia da firma como uma função de produção –, sem se preocupar como as empresas em âmbito individual se comportam diante das indicações do mercado. Em seu modelo básico, a teoria considera a firma como sendo uma unidade representativa de suas congêneres que atua de maneira pulverizada e sem condições de influir no preço do produto que vende; esse, em última instância, é determinado pelas livres forças de oferta e de demanda.

Enfim, a firma no modelo ortodoxo é considerada como um agente passivo que responde reativamente ao ambiente econômico externo, o qual, em última instância, determina também sua performance. A existência, porventura, de lucros extraordinários é eliminada pela ação da concorrência, dado que, para a teoria, os agentes têm plena informação sobre o mercado.¹⁵ Este último, por sua vez, não apresenta barreiras à livre mobilidade de capital e de mão-de-obra. O livre ingresso – em caso de lucros anormais –, ou a saída – em caso de prejuízo – de concorrentes da indústria permite a equalização dos retornos sobre os investimentos realizados pelas empresas partícipes do empreendimento. A persistência de lucros anormais ao longo do tempo é decorrente de “falhas de mercado”¹⁶ devido à existência de algum tipo de barreira à entrada ou à saída da atividade econômica; em situações assim, o mercado fica sujeito a ter a sua atividade objeto de regulação estatal.

No tipo de análise descrito acima, a organização industrial é atomizada com as empresas apresentando tamanhos semelhantes – que se subentende serem pequenos –, sem condições de influir nas condições vigentes no mercado, ajustando-se aos movimentos de oferta e demanda. Para os mercados continuarem com estruturas atomizadas, as empresas individuais não podem se expandir a ponto de dominarem a atividade econômica. Isso significa que deve haver um limite ao tamanho de empresa.¹⁷ Esse limite é estabelecido pelo tipo de retornos da função de produção, que se supõe, segundo a teoria, serem decrescentes a partir de certo tamanho de firma (curva de custo médio em formato de U). Esca-

¹⁵ Análises neoclássicas contemporâneas admitem a existência de informações assimétricas entre os agentes. Entretanto são tratadas como imperfeições ou falhas de mercado. O modelo básico continua sendo o de concorrência perfeita.

¹⁶ Por “falhas de mercado” compreende-se os bens públicos, as externalidades, as imperfeições de mercado e as assimetrias de informações.

¹⁷ Penrose (1959) critica essa visão de que exista um limite à expansão da empresa devido à restrição ao aumento de seu tamanho. A empresa, segundo Penrose, não se vê constrangida pelos “fatores de produção” disponíveis, desde que saiba tirar proveito dos serviços que eles produzem. Entretanto, em sua avaliação, a capacidade gerencial para operar a expansão é finita e isso impõe restrições à taxa de crescimento da empresa.

las superiores ao tamanho ótimo incorrerão em custos crescentes, inviabilizando o empreendimento. As diferenças de portes entre empresas atuando em uma mesma indústria e o porquê de agentes empresariais, agindo racionalmente e sujeitos aos avisos comuns que o mercado emite, apresentarem performances competitivas diferenciadas – expansão de uns, quebra de outros –, não são captados pelo aparato analítico neoclássico.

Embora a teoria acima tenha dominado o pensamento econômico, a sua hegemonia não tem ficado imune a contestações. Dentre as críticas mais contundentes destacam-se o artigo seminal de Piero Sraffa em 1926 (*The laws of returns under competitive conditions*) e a discussão da concorrência menos que perfeita realizada por Joan Robinson e Edward Chamberlin no início da década de 1930, além da crítica ao princípio marginalista – sobre o papel desempenhado pela demanda – na determinação de preços elaborada por R. L. Hall e C. J. Hitch, e Paul Sweezy em 1939.¹⁸

Na década de 1950 firma-se uma nova abordagem, ainda de cunho neoclássico, sobre o desempenho do mercado. Insatisfeitos com o enfoque abstrato e de pouco conteúdo empírico da versão ortodoxa tradicional, estudiosos herdeiros da tradição de Edward Mason no estudo de organização industrial passaram a realizar pesquisas empíricas buscando mapear as formas como se organizavam as distintas atividades econômicas e, a partir daí, tirar alguma ilação sobre a performance industrial. Dentre esses pesquisadores destaca-se Joe S. Bain que, em seu clássico *Industrial Organisation* de 1959, procurou identificar o tipo de arranjo produtivo existente nas distintas atividades manufatureiras norte-americanas. Com base nesses estudos estabeleceu-se o que ficou conhecido como *paradigma estrutura-conduta-desempenho* de organização industrial.¹⁹ A idéia é que o desempenho é determinado pela estrutura-conduta de mercado, com a ênfase recaindo na dimensão estrutural: em síntese, haveria uma relação unívoca que vai da estrutura para a performance. Assim, a existência de lucros acima do normal seria devida a alguma condição estrutural do mercado como o grau de concentração industrial, economias de escala, diferenciação de produto, ou um outro tipo de barreira à entrada.

¹⁸ Os artigos de Sraffa, de Hall e Hitch e de Sweezy foram traduzidos para o português e publicados em IPEA (1988).

¹⁹ Dentre outros, ver também Caves (1964), cujo título do livro em inglês é sugestivo: *American Industry: Structure, Conduct, Performance*.

Esse modelo tornou-se dominante nos estudos que procuravam avaliar a eficiência da forma como a indústria se encontrava organizada. Com essa base analítica proliferaram investigações buscando medir o grau de concentração industrial (uma das dimensões da estrutura) e, então, associá-lo com algum indicador de performance: taxa de lucro, dispêndio em P&D, entre outros. Mas o padrão de eficiência para o modelo continuou sendo o mercado de concorrência perfeita.

Dentre as críticas endereçadas ao paradigma, a que nos interessa aqui enfatizar diz respeito à sua unidade básica de análise. Ou seja, o foco de interesse do paradigma recai na indústria enquanto conjunto de firmas dedicadas ao fabrico de um determinado produto. A firma em si, sua estrutura organizacional e comportamento individual, não é objeto de preocupação teórica pelo modelo, deixando essa tarefa à literatura sobre organização administrativa²⁰ (BAIN, 1959, p. 18).²¹ Entretanto, o ponto a reter é que o modelo admite a persistência de lucros extraordinários e, portanto, de desempenhos assimétricos, embora sejam discutíveis os fatores que a teoria avança como sendo os seus determinantes.

É a tentativa de explicar a existência de competitividades diferenciadas que o enfoque de cunho evolucionário ou neoschumpeteriano, em parte já utilizado para organizar a apresentação da seção 2, e a teoria do comportamento estratégico têm procurado desenvolver suas pesquisas.

Nas duas décadas finais do século vinte assistiu-se a um *revival* das idéias schumpeterianas acerca da importância do progresso técnico na vida econômica da sociedade. O esgotamento a partir de meados da década de 1970 do ciclo expansivo das economias industrializadas, que havia se iniciado no pós-II Guerra, colocou a tecnologia no centro do debate teórico. A idéia de um crescimento estável e sem rupturas, em um ambiente povoado por agentes racionais e otimizadores, assim como a noção de convergência de desempenhos econômicos entre países entraram em contradição com um quadro de desaceleração do crescimento e de crise que se observou desde os anos de 1970. Em outras palavras, as análises centradas no enfoque estático e de equilíbrio têm

²⁰ *Management literature*.

²¹ H. Igor Ansoff, um dos pioneiros do estudo do comportamento estratégico das empresas, no prefácio à edição brasileira de seu livro *Corporate Strategy* (ANSOFF, 1965), ao se ressentir da ausência de um corpo teórico para fundamentar a estratégia empresarial, menciona a insuficiência da teoria microeconômica da firma para dar conta do assunto.

encontrado dificuldades em explicar os diferentes padrões de crescimento a longo prazo (DOSI e NELSON, 1994). De um modo geral, esses tratamentos analíticos consideram o progresso técnico como um dado exógeno, um parâmetro, que influi nos resultados econômicos, mas não possui causas econômicas próprias.

O ponto a salientar é que, ao se considerar a inovação como endógena à atividade econômica, como faz a abordagem neoschumpeteriana, ou seja, que há fatores econômicos determinantes de seu ritmo e direção, permite aceitar que a presença de estruturas de mercados diferentes daquelas atomizadas e de empresas com níveis competitivos assimétricos entre si possa ser considerada como uma paisagem normal da atividade produtiva.

Em ambientes permeados pela incerteza e ausência de conhecimento perfeito – que, diga-se de passagem, é o comum da vida econômica – não há lugar para comportamentos otimizadores como norma. Em situações como essas, os agentes seguem variadas formas comportamentais, guiando-se por rotinas já estabelecidas e regras que traduzem também as especificidades de cada contexto. A empresa, em sua luta pela sobrevivência é capaz não só de se adaptar, mas igualmente de experimentar novas regras e, portanto, de introduzir novidades no sistema (DOSI, 1991; NELSON e WINTER 1982). Embora à empresa seja dada, nesse enfoque, a centralidade da análise da concorrência, as bases da avaliação estratégica individual ainda carecem de maiores aprofundamentos analíticos e que têm sido objeto de atenção da área da administração estratégica.

Os desenvolvimentos teóricos na área da administração estratégica têm buscado entender os determinantes do sucesso empresarial, centrando o seu foco de análise no âmbito da firma. Segundo Teece e Pisano (1994), esses avanços, importa ressaltar, diferem na ênfase que atribuem aos elementos que permitem um melhor posicionamento no mercado.²² Porter (1990) identifica dois tipos de estratégias genéricas a partir das quais as empresas conseguem obter vantagens competitivas: liderança de custo e diferenciação. Quando aplicadas a segmentos específicos de mercado, essas estratégias recebem a denominação de enfoque (em custo ou em diferenciação). Tendo definido o tipo de estratégia a ser seguida, a empresa empreenderá ações com vistas a implementá-la. Assim, se

²² No âmbito da análise econômica, a *teoria dos jogos* procura avaliar o comportamento estratégico em situações de mercado em que ocorra interdependência nas decisões dos agentes, se bem que siga na linha neoclássica tradicional.

a estratégia escolhida for liderança em custo, as ações estarão voltadas para aquelas fontes que permitam reduções no valor dessa variável, tais como economias de escala, tecnologias que elevem a produtividade do trabalho, busca de oferta de matérias-primas e mão-de-obra a preços acessíveis, entre outros. Se, contudo, a diferenciação se mostrar a melhor estratégia, então a exploração de alguma característica do produto como o serviço pós-venda, o *design*, a qualidade, entre outros atributos, serão aqueles privilegiados.

O enfoque das *forças competitivas* de Porter,²³ contudo, dá destaque à dimensão estrutural do mercado, em termos de condições locais da indústria ou setor, que, ao deter o ingresso de outros concorrentes na atividade e/ou dar às firmas existentes vantagens frente a seus fornecedores e consumidores, possibilita que apresentem um desempenho superior. Nesse enfoque caberia às empresas desenvolver estratégias que aproveitassem as condições estruturais existentes, ou que alterassem a estrutura da indústria a seu favor, aumentando o seu poder de mercado.²⁴ Segundo Henkin (2001), embora o modelo de Porter seja criticado por seguir o paradigma estrutura-conduta-desempenho, ao atribuir importância capital às condições estruturais da indústria e colocar menor peso à ação individual de empresas, ainda assim o modelo pode ser útil em captar as respostas estratégicas das empresas às mudanças exógenas ao ambiente competitivo setorial, dado que as respostas empresariais às transformações no ambiente sistêmico são mediadas pelas características técnico-estruturais do setor em que as empresas atuam.

Outra abordagem que obteve preeminência nas duas últimas décadas advoga que a aquisição de vantagem competitiva e a sua manutenção ao longo do tempo devem-se à posse pela empresa de algum recurso específico, em vez de colocar ênfase nas condições estruturais da indústria. Conhecida como *resource-based view*, credita a vantagem que a firma possua no mercado ao domínio de algum ativo ou competência cuja clonagem é difícil de ser realizada por competidores efetivos ou potenciais. A posse

²³ Porter enumera cinco forças competitivas: (i) a ameaça de novos entrantes na indústria; (ii) a ameaça de produtos ou serviços substitutos; (iii) o poder de barganha dos fornecedores; (iv) o poder de barganha dos consumidores; e (v) a intensidade da rivalidade entre os concorrentes. Em certo sentido essa abordagem tem componentes da tradição do paradigma estrutura-conduta-desempenho.

²⁴ Entretanto, segundo Hunt (2000, p. 75), estudos empíricos têm posto essa abordagem em questão, pois as evidências não dão suporte à hipótese de que setores concentrados sejam mais lucrativos do que seus congêneres mais atomizados, além de estudos feitos encontrarem elementos espúrios na relação participação de mercado-lucratividade.

de ativos específicos, tangíveis ou intangíveis, como determinado tipo de maquinaria, marca, conhecimento tecnológico próprio, entre outros, atua, segundo Wernerfelt (1984), como um tipo de barreira à entrada – que o autor denomina de *resource position barrier* – no interior da própria indústria, permitindo a obtenção de lucros extraordinários individuais. A singularidade do enfoque, de acordo ainda com aquele autor, está em deslocar a análise do desempenho da firma do lado do produto no mercado para o âmbito dos recursos de que ela dispõe. Isto amplia o escopo para os estudos de estratégias empresariais, principalmente em firmas diversificadas.

Deve-se ressaltar, contudo, que mesmo esses enfoques, mencionados acima, que procuram maior adesão à realidade, e que têm seu foco direcionado à firma e ao comportamento estratégico individuais, encontram obstáculos analíticos não triviais ao estudar a conduta e a performance de um tipo particular de unidade produtiva: a pequena empresa, ou o que genericamente se conhece como pequena e média empresa (PME). É difundida a aceitação de que essa espécie de estabelecimento exhibe uma série de dificuldades para competir nos mercados: baixa capacidade financeira e de investimento, práticas produtivas geralmente defasadas em relação às melhores existentes, deficiências gerenciais, entre outras. Contudo, a experiência bem-sucedida de determinadas regiões no mundo – a chamada Terceira Itália, o Vale do Silício e a Rota 128 nos Estados Unidos, Baden-Württemberg na Alemanha, e outras – mostraram que o problema da pequena empresa, tal como colocado por estudiosos de *clusters* ou distritos industriais, não está no tamanho em si, mas em encontrar-se isolada no ambiente econômico. Em aglomerados de pequenas empresas localizadas geograficamente é possível que apresentem performances elevadas, contornando a pequena escala, devido às externalidades positivas que obtêm decorrentes do agrupamento empresarial (BECATTINI, 1990).

Em estruturas desse tipo, a confiança e a cooperação, em vez de comportamento egoísta e individualista, são cruciais para o sucesso do grupo e, então, da firma individual. Nesses casos, a categoria relevante de análise deixa de ser a firma isolada em favor do conjunto de empresas em aglomeração e de instituições relacionadas.

4 Considerações finais

Um balanço acerca do que as abordagens aqui estudadas nos oferecem para tratar com a variedade de comportamento e de desempenho empresarial, assim como de diferenças entre setores produtivos, embora não seja conclusivo, indica alguns pontos importantes a serem observados quando se investiga determinada realidade concreta.

A diferenciação de conduta e de performance entre agentes econômicos, antes de ser considerada resultado de “imperfeições de mercado”, produzindo uma alocação subótima de recursos, deve ser entendida como algo normal à atividade econômica, fruto de sua própria dinâmica.

À firma, em sua individualidade, deve ser atribuído papel de destaque na explicação do desempenho econômico. Para sobreviver no mercado, ela se vê impelida a estabelecer uma disputa incessante com suas congêneres e potenciais concorrentes, ao invés de apenas se ajustar passivamente às injunções ditadas pelo ambiente econômico. As armas que usa nessa guerra devem ser constantemente aprimoradas e outras introduzidas, sob pena de soçobrar nesse campo de batalha. Em outras palavras, as empresas devem procurar se diferenciar das demais, ou ao menos não se apresentar em desvantagem na luta competitiva. Para isso, elas devem envolver-se em um processo de inovação em produtos, processos e formas organizacionais, adaptando-se e transformando os mercados. A aquisição ou desenvolvimento de recursos que sejam difíceis de imitar e transferir constitui-se em base para a diferenciação das empresas no processo competitivo. Esta busca por variedade, por sua vez, está na raiz de trajetórias distintas de empresas no interior de setores produtivos e mesmo em *clusters* industriais. O resultado da diferenciação, contudo, nem sempre leva ao sucesso competitivo, como mostram as constantes expulsões de empresas dos mercados.

As decisões empresariais, entretanto, não se alicerçam apenas nos recursos que as firmas dispõem, ou em suas *core competences*. Há condicionantes externos que são coercitivos às ações dos agentes no mercado. A própria natureza do sistema empurra-os em determinadas direções. As forças sistêmicas, ou seja, aquelas que estão além das influências individuais, atuam como sinalizadores dos caminhos a serem percorridos. Em âmbito setorial, o padrão de competição dominante delimita os atributos capazes de proporcionar vantagens competitivas. No

caso de *clusters* industriais, o sistema de empresas cria o ambiente para que as firmas – particularmente as de pequeno porte – se beneficiem de externalidades oriundas, não de suas individualidades, mas dos relacionamentos propiciados pela proximidade locacional.

Portanto, para entender a variedade de comportamentos e de desempenhos de empresas e setores há que se levar em conta os esforços individuais dos agentes em sua adaptação e diferenciação nos mercados, bem como aqueles fatores que atuam tanto em âmbito setorial quanto em âmbito sistêmico. A resultante, entretanto, é um processo relativamente ordenado no tempo e, sem ser paradoxal, com rupturas causadas por transformações em seu próprio interior.

Referências bibliográficas

- ANSOFF, H. I. (1965). *Corporate Strategy*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1977.
- BAIN, J. S. (1959). *Organización industrial*. Barcelona: Omega, 1963.
- BECATTINI, G. (1990). The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. In: PYKE, F.; BECATTINI, G. e SENGENBERGER, W. (eds.) *Industrial Districts and Inter-Firm Co-Operation in Italy*. International Institute for Labour Studies. Geneva, 2nd. impression, 1992.
- CAVES, R. (1964). *Estrutura Industrial Americana*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- COUTINHO, L. e FERRAZ, J. C. (coords.) (1994). *Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira*. São Paulo: Papyrus; Editora da Universidade Estadual de Campinas.
- DOSI, G. (1991). Some thoughts on the promises, challenges and dangers of an "evolutionary perspective" in economics. *Journal of Evolutionary Economics*, 1:5-7.
- DOSI, G. e NELSON, R.R. (1994). An introduction to evolutionary theories in economics. *Journal of Evolutionary Economics*, v. 4, n. 3, September, p. 243-268.
- DOSI, G. (1982). Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. *Research Policy*, v. 11, n. 3, June, p. 147-162.
- FAJNZYLBER, F. (1988). Competitividad internacional: evolución y lecciones. Santiago de Chile, *Revista de la CEPAL*, nº 136, diciembre.
- FERRAZ, J.C.; KUPFER, D. e HAGUENAUER, L. (1995). *Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria*. Rio de Janeiro: Campus.
- GUIMARÃES, E. A. (1982). *Acumulação e Crescimento da Firma: um estudo de organização industrial*. Rio de Janeiro: Zahar.
- HENKIN, H. (2001). *Mudança no ambiente competitivo e resposta estratégica das empresas: o caso da indústria moveleira do Rio Grande do Sul na década de 90*. Porto Alegre: UFRGS. Tese de doutorado, 258 f.
- HUNT, S. D. (2000). *A general theory of competition*. Thousand Oaks/London: Sage Publications.

- IPEA (1988). *Clássicos de Literatura Econômica*. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 456 p.
- NELSON, R. R. (1991). Why do firms differ, and how does it matter? *Strategic Management Journal*, vol. 12, p. 61-74.
- NELSON, R. R. e WINTER, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- NORTH, D. C. (1997). *The contribution of the New Institutional Economics to understanding of the transition problem*. Helsinki: United Nations University. World Institute for Development Economic Research. WIDER Annual Lectures 1, March, p. 1-18.
- PENROSE, E. T. (1959). *Teoria del crecimiento dela empresa*. Madrid: Aguilar, 1962.
- PORTER, M. (1990). *A vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- POSSAS, S. (1999). *Concorrência e competitividade: notas sobre a estratégia e dinâmica seletiva na economia capitalista*. São Paulo: Hucitec.
- POSSAS, M. L. (2002). Concorrência schumpeteriana. In: Kupfer, David e Hasenclever, Lia (orgs.). *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- SCHUMPETER, J. A. (1928). A Instabilidade do Capitalismo. *Literatura Econômica*. Rio de Janeiro: IPEA, 6(2): 153-190, março-abril 1984.
- SCHUMPETER, J. A. (1942). *Capitalismo, Socialismo e Democracia*: Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- SIMON, H. A. (1986). Rationality in Psychology and Economics. *Journal of Business*, vol. 59, n.4, p. 209-225.
- TEECE, D. e PISANO, G. (1994). The dynamic capabilities of firms: an introduction. *Industrial and Corporate Change*, v. 3, n. 3, p. 537-556.
- WERNERFELT, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, v. 5, n° 2, p. 171-180.