

KUPFER, D. Persistência da Inflação e Taxa de Sacrifício. *Valor Econômico*, Rio de Janeiro, 26/07/2005.

Persistência da Inflação e Taxa de Sacrifício

26/07/2005

A maioria dos economistas é treinada para observar a inflação de um ângulo exclusivamente macroeconômico, no qual o fenômeno é relacionado a algum desequilíbrio entre os fluxos agregados de consumo e produção. No entanto, inflação relaciona-se diretamente com o processo de formação dos preços nos mercados, razão pela qual não pode haver um diagnóstico completo do problema sem a necessária inclusão dos aspectos microeconômicos da questão.

Nas análises puramente macroeconômicas, imagina-se um mundo de preços flexíveis, reagindo exclusivamente ao balanço entre oferta e demanda no mercado. Se há excesso de demanda, os preços sobem; do contrário; os preços caem. Cabe, então, à política econômica dosar a demanda agregada de modo a que os gastos em consumo e investimento convirjam para o potencial de oferta existente. Embora não seja o único, o instrumento preferencial para assegurar esse equilíbrio é a política monetária, devido à influência que a taxa de juros pode exercer sobre as decisões de gasto dos agentes econômicos.

Também costuma fazer parte dessa análise a idéia de que as imperfeições do chamado mundo real podem implicar alguma rigidez à baixa dos preços. Se isso ocorre, é porque falta competição na economia, isto é, predominam oligopólios que exercem seu poder de mercado visando fixar preços em níveis superiores aos de equilíbrio. Surge então a conhecida seqüência de palavras-chave: oligopólios, ausência de concorrência, poder de mercado, persistência da inflação. Na presença desses oligopólios, a dose e a duração do arrocho monetário têm que ser maiores, implicando uma maior taxa de sacrifício para a economia e para a sociedade durante os processos de desinflação.

Embora seja voz corrente entre esses macroeconomistas a afirmação de que a economia brasileira é menos concorrencial que suas congêneres do mundo desenvolvido, é interessante que não existe nenhuma comprovação empírica para essa constatação. A verdade é que tampouco subsistem fundamentos teóricos para essa idéia.

O que há de fundamentalmente errado com essa idéia é que ela é incompleta em dois planos cruciais. Primeiro, a competição em preços é somente uma dimensão do processo concorrencial e, salvo em situações excepcionais, não é a mais importante. Esforço de vendas, diferenciação de produtos e inovação tecnológica são armas competitivas muito mais eficazes e muito mais intensamente praticadas nos oligopólios contemporâneos do que cortes de preços.

Segundo, a concorrência é um fenômeno dinâmico no qual o relevante não é a existência ou não de estruturas de mercado em oligopólio, mas a estabilidade ou não dessas estruturas ao longo do tempo. O objetivo da empresa oligopolística (ou qualquer outra) não é manter preços e sim manter lucros. Por isso, a intensidade da concorrência em um mercado não se expressa nos preços e sim na capacidade das empresas obterem sobre-lucros de forma permanente.

Estudos que medem o grau de concorrência pela constância dos lucros das empresas ao longo do tempo mostram que a lucratividade das empresas é mais inconstante em economias emergentes, Brasil incluído, do que em economias desenvolvidas. Isso significa que as economias emergentes tendem a ser mais, e não menos, concorrenciais que as economias desenvolvidas. As razões para isso são diversas, mas estão, em boa parte, apoiadas em dois pilares. O primeiro é a maior facilidade de entrada e saída de empresas nos mercados das economias de menor dimensão. Os menores volumes de capital requeridos para o estabelecimento de uma nova empresa e os menores custos “afundados” nesses investimentos levam a uma maior mobilidade empresarial e, portanto, a mais concorrência. A facilidade de entrada tende, ainda, a ser amplificada pela ação das empresas multinacionais. O segundo pilar é a maior taxa de crescimento médio das economias emergentes em comparação com as economias desenvolvidas, condição que favorece a que investimentos de empresas entrantes sejam mais atrativos. O crescimento da demanda reduz as barreiras à entrada de novas empresas na atividade produtiva, aumenta a contestabilidade das estruturas oligopólicas e disciplina o poder de mercado das empresas estabelecidas.

É esse último ponto que diferencia o Brasil de outros países emergentes. Taxas modestas de crescimento econômico de longo prazo desestimulam entradas e restringem a expansão da capacidade produtiva da economia. Com isso, congelam-se as estruturas de mercado e preserva-se o poder de mercado, e a capacidade de manter preços, das empresas existentes.

Logicamente, a concorrência em preços somente interessa a uma empresa que tenha reservas de capacidade produtiva ou disposição para a realização de investimentos na sua expansão. Essa é uma condição necessária para que haja produção que permita aumentar rapidamente as vendas e ocupar a fração do mercado proporcionada pela iniciativa. Se a capacidade produtiva adicional não existe, ou é de pequena monta, dificilmente uma estratégia de corte de preços será atrativa para uma empresa. Entre vender uma certa quantidade a um preço alto ou uma quantidade apenas um pouco maior, devido à restrição de capacidade, a um preço que pode ser significativamente menor, devido à reação das empresas concorrentes, é evidente que a escolha racional recairá sobre a primeira opção. Isso explica porque as empresas costumam aderir a estratégias mais agressivas de concorrência em preços na conquista de novos mercados do que na disputa de mercados pré-existentes.

Não é difícil, portanto, estabelecer relações microeconômicas nas quais o aumento da demanda pode estimular a competição. Os economistas treinados na macroeconomia da inflação costumam entender que crescimento econômico causa aceleração na taxa de variação dos preços. Porém, dependendo das formas específicas de organização dos mercados e dos padrões de concorrência predominantes é igualmente plausível concluir que a ausência de crescimento econômico pode tornar os preços rígidos e contribuir para a persistência da inflação. Nesse caso, o aumento da dose e da duração do arrocho monetário pode fazer da meta de desinflação um alvo mais distante em vez de mais próximo, o que significaria uma taxa de sacrifício econômico certamente maior e, mais grave, inútil.

David Kupfer é professor do Instituto de Economia da UFRJ e coordenador do Grupo de Indústria e Competitividade (GIC-IE/UFRJ) – www.ie.ufrj.br/gic - gic@ie.ufrj.br