Atualidades

MUDANÇA DE PARADIGMAS NA ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL: COMO RECONHER BENEFÍCIOS EM MERCADOS CONCENTRADOS

MARIA PAULA BERTRAN

1. Introdução. 2. Contextualização do trabalho de Sutton: 2.1 A pesquisa empírica. 3. Esboço do modelo dos custos irrecuperáveis, o paradigma de Sutton. 4. Análise dos custos irrecuperáveis exógenos: 4.1 Custos irrecuperáveis exógenos no modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho, o paradigma de Bain; 4.2 Custos irrecuperáveis exógenos no modelo de custos irrecuperáveis, o paradigma de Sutton; 4.3 Comparando as diferenças. 5. Custos irrecuperáveis endógenos no modelo de custos irrecuperáveis, o paradigma de Sutton. 6. Manutenção das franjas no paradigma de custos irrecuperáveis, de Sutton: 6.1 Explicação de Sutton para a concorrência com diferenciação e a explicação de Bain para o comportamento da franja. 7. Confronto gráfico dos paradigmas. 8. Conclusão. 9. Bibliografia.

1. Introdução

Muitas gerações de estudos empíricos sobre estrutura industrial foram baseados nos apelos do modelo chamado de Estrutura-Conduta-Desempenho, originalmente formulado pelo clássico autor norte-americano Joe Bain.[1] No paradigma de Bain supõe-se que uma única via de causalidade corre da estrutura (nível de concentração do mercado) para a conduta (grau de propensão ou viabilidade da colusão) e da conduta para o desempenho (lucratividade das empresas do setor correspondentes a padrões de mercado concorrencial ou monopolizado). O paradigma de Bain referenda a lógica econômica clássica de que dada qualquer configuração de mercado, a expansão no tamanho desse mercado (viabilizada pelo aumento da demanda de seus produtos), não acompanhada de maneira imediata pelo aumento da produção, gerará um crescimento nos lucros dos fabricantes do setor. O aumento dos lucros do setor, por sua vez, incitará novos entrantes a superarem eventuais barreiras econômicas de produção, para também participarem do mercado, objetivando seus bons retornos. Com a efetiva entrada de novos agentes e aumento da oferta de bens, os preços do mercado tendem a diminuir, atingindo seus padrões originais, de antes do aumento de demanda, em um patamar chamado de preço de equilíbrio.

Nesse clássico modelo, a análise das barreiras de mercado impostas aos novos possíveis entrantes tem papel fundamental. Se as barreiras aos novos entrantes forem excessivamente altas, o equilíbrio de longo prazo do mercado mostrar-se-á pouco provável, incitando outras medidas para manutenção do bem-estar econômico, tais como a intervenção estatal, por exemplo. O elemento mais comumente explorado

1. Cf. Joe Bain, *Barriers to New Competition*, 1956.

quando se procura investigar barreiras à entrada em um setor econômico é o custo de instalação de plantas industriais minimamente eficientes. Os custos de instalação de plantas industriais não serão, porém, as únicas ou mesmo as mais significativas barreiras à entrada, em muitos ramos da indústria.

Este trabalho tem como objetivo principal apresentar um modelo teórico alternativo ao modelo de "Estrutura-Conduta-Desempenho" para explicação das estruturas de mercado em Organização Industrial. O modelo a ser explorado é chamado de Custos Irrecuperáveis, e foi modernamente elaborada pelo teórico inglês, atual professor da *London School of Economics*, John Sutton.[2] Segundo o modelo de Custos Irrecuperáveis, as mais relevantes barreiras à entrada, em alguns mercados, não são correspondentes à instalação de plantas industriais, mas sim custos de diferenciação dos produtos. Desse modo, o modelo tem o mérito de alertar para a importância de análise de custos de entrada relacionados a gastos com publicidade e investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, bem como outros processos de diferenciação vertical dos produtos.[3]

A relação entre tamanho do mercado e estrutura concorrencial do mercado está no centro das análises do paradigma de Sutton. O ponto fundamental de sua teoria aponta que a relação de causalidade entre grande tamanho de mercado (muita demanda) e baixa concentração (produção pulverizada), tradicionalmente vista como pertinente a todas as indústrias em geral, por influência do paradigma de Bain, só é pertinente a um certo grupo de indústrias. Mais importante: não é válida para indústrias em que publicidade e Pesquisa e Desenvolvimento têm papel significativo.

2. Cf. John Sutton, *Sunk Costs and Market Structure – Price Competition, Advertising and the Evolution of Concentration*, 1991.

3. Para investigação dos outros elementos de economias de escala interferentes no processo de diferenciação vertical, v. Sutton, cap. 14.

As constatações do modelo de Custos Irrecuperáveis têm imediato impacto na maneira como os órgãos estatais responsáveis pelo resguardo da concorrência devem lidar com a concentração de algumas indústrias. No paradigma de Sutton o poder de mercado já não é medido pelo número de participantes do mercado, bem como não admite que a estrutura concorrencial possa ser presumida em função de uma baixa concentração entre os participantes do mercado. Ao contrário, a grande concentração pode representar um estágio máximo de concorrência.

Este texto é estruturado, inicialmente, com a apresentação do contexto empírico de motivação da pesquisa que promoveu a criação do paradigma de Sutton, que, ao contrário do paradigma de Bain, estabelece uma correlação negativa entre concentração e tamanho dos mercados. Nos tópicos seguintes, com o objetivo de apresentar as minúcias dos modelos e com base na teoria dos jogos, explica-se a diferenciação dos tipos de custos irrecuperáveis entre endógenos e exógenos para cada um dos paradigmas. Por fim, estabelece-se um confronto entre o modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho, de Bain, e o modelo dos Custos Irrecuperáveis, de Sutton. A conclusão retoma o caminho de explicação dos modelos e aponta para a necessidade de que a saúde da concorrência seja pensada a partir das referências do novo paradigma que a literatura estabelece.

2. Contextualização do trabalho de Sutton

Sutton inicia seu livro apontando a constatação empírica de que a estrutura de concentração de empresas de algumas indústrias é muito similar, mesmo em diferentes países. Segundo ele, é uma regularidade empírica que um setor industrial dominado por poucas firmas em um país, também seja dominado por poucas firmas em qualquer outro lugar do mundo. A

maioria dos estudos, diz, justifica essa similaridade espacial (historicamente constatada por muito economistas,[4] mas jamais investigada com a devida atenção), como um reflexo de necessidades tecnológicas e gostos de demanda muito parecidos. Por esse motivo, a estrutura de equilíbrio da indústria também seria muito parecida em todos os países. Sutton rejeita essa explicação, deslocando-se do ramo de estudiosos que se filiam a essa visão mais clássica e insere sua obra no rol das investigações que primam pela explicação obtida por variáveis como características essenciais da indústria (destacadamente, graus de economias de escala, intensidade em propaganda e investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento).

2.1 A pesquisa empírica

A história da industrialização de bens homogêneos é responsável pela reconstrução do argumento de Sutton. A demonstração da regularidade empírica é feita com uma série de exemplos, devidamente submetidos a sua metodologia econométrica. O trabalho é embasado no estudo de vinte indústrias nos ramos de comidas e bebidas (sal, açúcar, farinha, pão, embutidos, vegetais enlatados, comida congelada, sopas desidratadas, margarina, refrigerantes, cereais matinais, água mineral, confeitos de açúcar, confeitos de chocolate, café torrado, café instantâneo, bolachas, comida para animais, comida para bebês e cerveja), em seis países (França, Alemanha, Itália, Japão, Inglaterra e Estados Unidos).

2.1.1 *Sensibilizando o leitor à hipótese da pesquisa*

Para ilustrar a sistemática da análise de Sutton, tome-se um exemplo hipotético do mercado de açúcar cristal. Imagine o leitor, brasileiro ou não, alguma marca de açúcar. Veio-lhe um nome? Indício de que Sutton está certo! O açúcar cristal é, a princípio, um produto homogêneo, sem muitas possibilidades de diferenciação. O que faz, então, com que uma marca seja preferida a outra, ou que uma marca seja lembrada e outras não? A resposta mais evidente poderia ser o preço, mas ao confrontarmos os dados de Sutton, pode-se pensar que o critério de escolha de uma marca sobre outra, ainda que mais cara, é na verdade o desenho do logo da empresa, a forma da embalagem, ou a memória da bela modelo que fez a propaganda do açúcar na televisão. O açúcar com bela modelo e o açúcar sem bela modelo são o mesmo produto? Sutton diz: *não*. Do mesmo modo, cereais matinais. Pergunte-se a uma criança de seis anos se a granola feita domiciliarmente pode lhe proporcionar a "força do tigre" (como outros produtos adquiridos nos supermercados). Se a resposta for negativa, há mais um indício do acerto de Sutton. Se toda água mata a sede, por que Perrier é um sucesso incomparável de vendas no mundo? Seu gato prefere mesmo aquela marca, ou, com fome, de bom grado outras comeria?

3. Esboço do modelo dos custos irrecuperáveis, o paradigma de Sutton

O ponto de partida teórico de Sutton, uma vez identificada a regularidade empírica da correlação negativa entre concentração e mercado, acima desenvolvida, é a literatura de diferenciação de produtos. Para ele, publicidade e Pesquisa e Desenvolvimento podem ser ambos pensados como custos irrecuperáveis que aumentam o nível de preços que o consumidor estaria disposto a pagar pelo produto da empresa que incorreu em tais custos. Firmas que se disponham a incorrer em custos de publicidade ou Pesquisa e Desenvolvimento geram uma estrutura competitiva com as ou-

4. Sutton cita Phillips (1971), George & Ward (1975) e Schmalensee (1989). Cf. J. Sutton, (1991) p. 4.

tras firmas que também investem na diferenciação de seus produtos. Como os custos de diferenciação são muito altos, poucas firmas concorrem, ainda que o façam de modo intensivo. Como há um grande número de participantes que não se dispõem a incorrer com gastos de publicidade ou tecnologia, fica garantida uma franja de produtores capaz de atender à demanda de um público que também não se dispõe a pagar pela diferenciação promovida pelas empresas líderes.

4. Análise dos custos irrecuperáveis exógenos

Neste tópico será estudado o custo exógeno para o início da produção de uma indústria de bens homogêneos. A figura dos custos exógenos explica as barreiras externamente impostas para a entrada de uma firma na estrutura industrial de um setor. Pode ser representada de modo satisfatório pelos custos incorridos na aquisição de uma planta produtiva minimamente eficiente. Essa planta deve ser entendida como desprovida de qualquer valor de revenda e, portanto, de valor irrecuperável.

Duas explicações para os custos irrecuperáveis exógenos podem ser tomadas. A primeira corresponde ao parâmetro da teoria clássica do modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho, de Bain. A seguinte é referente ao modelo dos Custos Irrecuperáveis, de Sutton.

4.1 Custos irrecuperáveis exógenos no modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho, o paradigma de Bain

Considerando que os únicos custos irrecuperáveis sejam os chamado *setup costs*, ou seja, os custos necessários para o início das atividades da firma na indústria (conforme interpretação do termo *setup*), à medida que o mercado (medido pela população dos consumidores) aumenta, o número de equilíbrio das firmas entrantes também aumenta, fazendo com que a concentração caia indefinidamente.

Para observar essa conduta por uma perspectiva da teoria dos jogos, associa-se a opção de entrada (e os *setup costs*) ao estágio 1 do jogo. O estágio 2 do jogo é aquele em que as firmas que já passaram pelo estágio 1, passam a concorrer entre si. Para que haja essa situação, deve-se notar que a entrada deve ocorrer no estágio 1 até o ponto em que os lucros (estágio 2) do último entrante cubram os custos irrecuperáveis de entrar no estágio 1. Para qualquer nível de concentração da indústria, qualquer aumento no tamanho do mercado fará com que o aumento de lucros desse mercado induza novas firmas a nele entrar. Desse modo, a concentração pode cair indefinidamente à medida que o tamanho do mercado aumenta. Quando se analisa o estágio 2, a concentração é tomada como fixa, sendo inerente ao resultado tomado no estágio 1, o qual não é reversível (isto é, envolve custos irrecuperáveis). Isso quer dizer que se pode construir na análise desse jogo a tradicional hipótese do modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho: os preços caem quando a concentração cai.

ESTRUTURA DO JOGO EM DUAS ETAPAS, NA PERSPECTIVA DE ESTRUTURA-CONDUTA-DESEMPENHO

Decisão de entrada (*setup costs* determinam a entrada no jogo)	→	Competição de preços (equilíbrio decorrente da decisão de entrada no estágio 1)
Estágio 1		Estágio 2

4.2 Custos irrecuperáveis exógenos no modelo de custos irrecuperáveis, o paradigma de Sutton

Diferentemente do paradigma de Bain, o paradigma de Sutton associa con-

centração a preços ou unidades marginais. Essa função será afetada por atrações do mercado, como a natureza física do produto (produto homogêneo *versus* produto diferenciado) e a estrutura de competição do mercado (pequena disputa ou guerra de preços). Considerando a homogeneidade dos custos fixos incorridos para a entrada, o nível de participantes do mercado será determinado unicamente pelo dia-a-dia da política de preços.

Essa idéia é também satisfatoriamente disposta com o uso de uma estrutura de jogo em duas etapas. Representa-se a decisão da firma em dois estágios: no estágio 1 do jogo, cada agente, de uma gama de potenciais entrantes, decide se quer entrar ou não. No estágio 2, as firmas que entraram estabelecem seus respectivos preços de acordo com a competição que se configura (mas não em função dos *setup costs* do estágio 1, ponto que diferencia este modelo daquele de Estrutura-Conduta-Desempenho).

Essa maneira de apresentar os *setup costs* tem uma aplicação de importância imediata, qual seja a de que preços estabelecidos na segunda etapa do jogo só dependem dos *setup costs* de maneira indireta, ou seja, apenas pela decisão de entrada no jogo na etapa 1. Isso gera a conclusão de que erros envolvendo excesso de entrantes na indústria pode gerar perdas, uma vez que a determinação dos preços a serem praticados só é determinada no estágio 2, e que o grau de competição do estágio 2 pode não ser suficiente para cobrir os gastos com a decisão de entrada tomada no estágio 1. A decisão de entrada das firmas dependerá do jogo entre o nível de *setup costs* incorridos no estágio 1 e da intensidade da competição de preços no estágio 2. Quanto maior o grau de competição no estágio 2, menores os lucros dos entrantes e menor o número de firmas que escolherão entrar. O equilíbrio da estrutura reflete, então, a tensão entre o nível do *setup costs*, que devem ser compensados *ex-post*, e a intensidade da competição de preços para os próximos entrantes. Mais entrantes significam menores preços, mas quanto menores os preços (para qualquer número de entrantes), menos atrativa será a entrada.

ESTRUTURA DO JOGO EM DUAS ETAPAS, NO MODELO DE CUSTOS IRRECUPERÁVEIS, NO PARADIGMA DE SUTTON

Decisão de entrada (*setup costs* iguais para todos os entrantes)	→	Competição de preços (dificuldade da competição determina a entrada no jogo)
Estágio 1		Estágio 2

4.3 Comparando as diferenças

A explicação de Sutton para os custos irrecuperáveis exógenos confirma o resultado do paradigma de Bain, mas o faz com outras justificativas. Na explicação de Sutton, de acordo com a intensidade da competição estabelecida no estágio 2, o nível de equilíbrio de concentração será correspondentemente maior. A intuição que delineia esse resultado é a de que a previsão de um regime muito duro de competição faz com que a entrada seja menos atrativa, aumentando o nível de equilíbrio da concentração. Um dos maiores benefícios da formulação do jogo em dois estágios é que ele permite uma elegante desmistificação da visão tradicional dos efeitos de estrutura-conduta-desempenho (alta concentração implica altas margens e altos lucros).

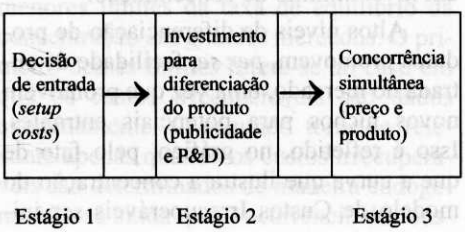
Em resumo: quando os custos irrecuperáveis são exógenos, e quando as firmas oferecem produtos homogêneos, o nível de equilíbrio da concentração pode cair em razão do tamanho do mercado e dos *setup costs*, segundo o modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho, do paradigma de Bain, mas deve aumentar de acordo com a dureza da competição, inovação introduzida pelo modelo de Custos Irrecuperáveis, do paradigma de Sutton.

5. *Custos irrecuperáveis endógenos no modelo de custos irrecuperáveis, o paradigma de Sutton*

As atenções voltam-se agora para o caso dos custos irrecuperáveis endógenos. Custos irrecuperáveis endógenos são aqueles determinados pelas próprias firmas para ganho de participação no mercado ou para a mera manutenção de sua participação no mercado. Os componentes desses custos podem ser de vários tipos. Os exemplos mais óbvios, ainda que não os únicos, como já mencionado, são custos com publicidade e Pesquisa e Desenvolvimento.

De acordo com o paradigma de Estrutura-Conduta-Desempenho, os custos irrecuperáveis exógenos implicariam aumento em relação aos *setup costs* envolvidos para entrada no mercado, adequadamente entendidos como componentes do estágio 1 do jogo representado no item 4.1. O modelo de Sutton quebra essa construção.

A consideração dos custos irrecuperáveis endógenos implica a necessidade de estabelecimento de mais um estágio na configuração do jogo representativo do paradigma de Sutton. Conforme visto anteriormente, o estágio 1 do modelo de Sutton estabelece os *setup costs* da firma, mas apenas o estágio 2, caracterizado pela dureza da competição, será capaz de determinar o preço de equilíbrio dos bens. Os custos irrecuperáveis exógenos inserem uma nova etapa de investimentos para diferenciação do produto, fazendo com que a competição já não aconteça apenas pelos preços, mas aconteça simultaneamente por preços e produtos, o que caracteriza um novo padrão para o estágio 3.



Dadas tais circunstâncias, o aumento no tamanho do mercado não leva a uma fragmentação da estrutura do mercado. Uma corrida competitiva por aumento dos custos irrecuperáveis endógenos do estágio 2 do jogo aumenta o nível de equilíbrio dos custos irrecuperáveis incorridos pelas firmas, diminuindo os participantes do estágio 3. Suponha-se que grandes custos com publicidade (ou P&D) incorram no estágio 2 do jogo. A empresa pode aumentar a demanda por seus produtos no estágio 3 (isto é, para quaisquer preços praticados por outras firmas, a demanda da firma que incorreu em custos irrecuperáveis exógenos é maior). A conclusão é que o jogo no estágio 2 pode envolver uma escalada competitiva das firmas por custos de publicidade, o que gera maiores níveis de custos irrecuperáveis no equilíbrio. Ao mesmo tempo, os custos irrecuperáveis do estágio 2 aumentam o tamanho do mercado. Destaque-se que quanto maior for o tamanho do mercado — e os lucros obteníveis no estágio 3 — maiores serão os custos irrecuperáveis na situação de equilíbrio do estágio 2. Resta óbvio, portanto, que quanto mais alto o retorno, no estágio 3, mais baixo o nível de equilíbrio de concentração da indústria. O que não é óbvio, aponta Sutton, é que esse seja um resultado apenas possível. Para Sutton este é um resultado necessário para todas as indústrias que se servem de publicidade e tecnologia de modo intensivo.

As observações feitas convergem para uma questão de impacto, a qual relaciona a efetividade dos custos fixos (publicidade) em estimular a demanda do produto e a aptidão dos consumidores em pagarem por ela. Sutton não propõe que a demanda pelo produto e a vontade dos consumidores em adquiri-lo cresça indefinidamente, de acordo com os maiores dispêndios em publicidade. Uma tal assunção seria bastante implausível. O dado que se presume, na verdade, é que tais custos podem induzir uma fração dos consumidores a escolher os produtos de uma determinada firma a um pre-

ço que exceda o custo variável de produção unitária da firma. O que importa para os resultados de Sutton é que esse comportamento continua, ainda que os investimentos em publicidade da firma já sejam muito altos.[5]

6. Manutenção das franjas no paradigma de custos irrecuperáveis, de Sutton

A diferenciação promovida pelos gastos com custos irrecuperáveis endógenos concentra o mercado, mas não inviabiliza a participação de uma ativa franja, cuja demanda provém dos consumidores que não se dispõem a pagar pelos custos de publicidade e inovações tecnológicas.

Coexistem, pois, duas estruturas para um mesmo mercado: a das firmas que diferenciam seus produtos e compõem uma estrutura muito concentrada e a das firmas que não investem na diferenciação dos bens, que permanecem homogêneos, gerando uma estrutura de concorrência perfeita (em que o preço de venda coincide com a receita marginal e que responde aos estímulos de oferta e demanda de maneira clássica).

6.1 Explicação de Sutton para a concorrência com diferenciação e a explicação de Bain para o comportamento da franja

Pode-se concluir, portanto, ainda que Sutton assim não preveja de maneira expressa, que a franja responde aos estímulos do paradigma de Bain, de acordo com o modelo Estrutura-Conduta-Desempenho, de modo convencional. A ocorrência dos custos exógenos e endógenos, na maneira como Sutton os prevê, não só não é pertinente para todas as indústrias (só para aquelas que diferenciam seus produtos) como também não é pertinente para explicar a franja do mercado de bens homogêneos que apresentam possibilidade de diferenciação. Coexistiriam, é plausível acreditar e, conseqüentemente, de alguma maneira criticar Sutton, que existiriam estruturas distintas para um mesmo mercado.

7. Confronto gráfico dos paradigmas

As investigações até aqui elaboradas trazem contribuições quanto à natureza das relações entre concentração e tamanho do mercado. A visão do modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho é a de que mercados grandes implicam concentração pequena. A visão do modelo de Custos Irrecuperáveis, por sua vez, introduz grandes concentrações, independentemente no tamanho dos mercados, para as indústrias que admitem algum tipo de diferenciação de produto. Algumas conclusões de toda essa discussão podem ser expressas nos comentários sobre o gráfico que segue abaixo.

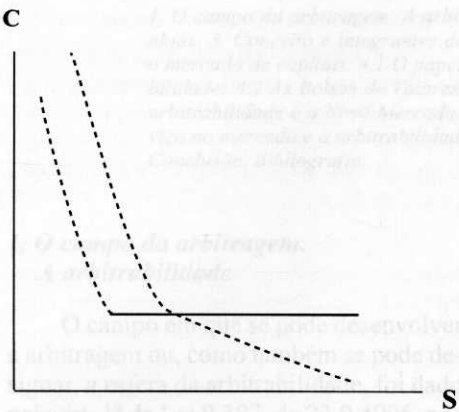
O modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho tende a zero se o mercado for muito grande. Pelo modelo dos Custos Irrecuperáveis a concentração não tende a zero à medida que o mercado aumenta. Na verdade, independentemente do tamanho que o mercado possa atingir, sempre existe um nível mínimo de concentração.

Altos níveis de diferenciação de produtos promovem, *per se*, facilidade de entrada no mercado, uma vez que promovem novos nichos para potenciais entrantes. Isso é refletido, no gráfico, pelo fato de que a curva que ilustra a concentração do modelo de Custos Irrecuperáveis ser ini-

5. A função ética da publicidade é um ponto de relevância indubitável para a sociedade, não se furtando Sutton de tal mencionar. Usar a publicidade como forma exclusiva de aumento de demanda, e não de promoção de informações sobre o produto, subverte uma série de valores sociais desejados. Torna-se debate pouco profícuo, todavia, tentar descobrir as circunstâncias em que a publicidade assume tal ou qual característica predominante. A despeito das deletérias conseqüências sociais do uso da propaganda, fato é que o modelo assume sua função de aumento de demanda.

cialmente inferior à curva representativa do modelo Estrutura-Conduta-Desempenho.

Uma vez que a diferenciação de produtos torna a propaganda mais efetiva, isso fará com que os índices de concentração aumentem. Isso é refletido, na banda direita do gráfico, com a curva linear de uso de custos de diferenciação estando acima da curva do modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho.



——— Custos irrecuperáveis endógenos

- - - Estrutura-Conduta-Desempenho

8. *Conclusão*

O objetivo deste estudo foi apresentar os principais resultados do paradigma de Sutton, que se propõe a dar uma nova explicação para a correlação entre níveis de concentração e tamanho de mercados. A partir de observações empíricas, que apontam para uma correlação negativa entre concentração e tamanho dos mercados, passou-se pela descrição de dois mecanismos básicos, cada qual com implicação em menores limites da taxa de equilíbrio da concentração em grandes mercados. O primeiro desses limites refere-se ao caso em que os custos irrecuperáveis são dados exogenamente. O segundo torna-se relevante apenas quando os custos irrecuperáveis são determinados de maneira endógena. Viu-se ainda que a ocorrência dos custos irrecuperáveis exógenos só existe para as firmas que diferenciam seus produtos, o que viabiliza a manutenção de uma franja de firmas que não diferenciam seus produtos e que atendem à demanda dos consumidores que não estão dispostos a pagar mais por um produto diferenciado.

Ao longo do texto, a estrutura do modelo de Custos Irrecuperáveis, do paradigma de Sutton, foi confrontada com as colocações do modelo de Estrutura-Conduta-Desempenho, do paradigma de Bain. A expressão paradigma não foi utilizada aqui por acaso. Seguindo a orientação de Kuhn, o termo *paradigma* segue aqui sua acepção forte, no estrito sentido de superação tecnológica. A relação entre Bain e Sutton é a mesma um dia vivida por Ptolomeu e Copérnico. Este trabalho aponta que, para mercados com produtos diferenciáveis, sujeitos a investimentos irrecuperáveis exógenos, o modelo de Bain chegou à exaustão; já não se pode mais (e para tal corroboram as evidências empíricas), afirmar que grandes mercados induzam a pequenas concentrações. O reflexo mais imediato dessa constatação reflete-se na necessidade de que os órgãos estatais responsáveis pela regulação da concorrência incorporem o novo paradigma de explicação da correlação entre concentração e tamanho de mercado e assumam que a maior concentração pode ser a conformação mais benéfica para a competição, nos mercados com as características neste texto descritas.

9. *Bibliografia*

BAIN, Joe S. *Barriers to New Competition*. Cambridge, Harvard University Press, 1956.

_____. "Structure *versus* conduct as indicators of market performance", *Antitrust Law and Economic Review*, fev./1986.

BRUMER, S. *Estrutura, Conduta e Desempenho de Mercado da Indústria Metal-Me-*

cânica Gaúcha. Ed. Fundação de Economia e Estatística, 1977.

CAVES, R. *Estrutura Industrial Americana*. Ed. Zahar, 1964.

KHUN, Thomas. *A Estrutura das Revoluções Científicas*. São Paulo, Perspectiva, 1994.

MANKIW, N. Gregory. *Introdução à Economia*. Rio de Janeiro, Elsevier, 2004 (original *Principles of Economics*, The Dryden Press, 2001).

SALOMÃO FILHO, Calixto. *Direito Concorrencial: as Estruturas*. São Paulo, Malheiros Editores, 1998.

_____. *Direito Concorrencial: as Condutas*. São Paulo, Malheiros Editores, 2003.

SUTTON, John. *Sunk Costs and Market Structure – Price Competition, Advertising and the Evolution of Concentration*. Cambridge, The MIT Press, 1991.

_____. *Technology and Market Structure – Theory and History*. Cambridge, The MIT Press, 2001.