

XX.

Pois ora, é munido principalmente destas duas concepções basilares, de concorrência perfeita e teoria dos oligopólios que se intenciona interpretar dentro das limitações cabíveis ao tema e a guisa de prefácio a evolução da maior organização privada brasileira, as Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo (IRFM), em especial na sua transição de pequeno capital concorrencial para o salto à grande capital oligopolista.

O INÍCIO

Em 1881, com 27 anos, desembarca no Brasil, procedente da Itália, o imigrante Francisco Matarazzo. Traz uma pequena poupança de 1 milhão de libras e a vontade férrea de empreender atividade comercial. Segue para Sorocaba, promissora cidade entroncamento de rotas comerciais. Lá principia atividade como tropeiro e pequeno comerciante varejista.

Como tropeiro, entra em contato com toda uma fervilhante comunidade conterrânea e aí tem princípio a concorrência perfeita. Nesta atividade de vai e vem, leva e traz, compra e vende, ele vai conhecer um cem número de pessoas que lhe permite um perfeito conhecimento do mercado. Vai saber das vontades, dos desejos, das posses, das moradias e das necessidades mais imediatas das pessoas. O perfeito conhecimento e mobilidade de informações à disposição de qualquer um, consiste um trunfo valioso ao empreendimento e o primeiro dos quesitos da concorrência perfeita. Vai saber o que comprar e o que vender. Dedicava-se à produção de banha, uma das mercadorias alimentícias mais urgentes para prover a demanda das famílias pobres de trabalhadores assalariados em suas urgências. O processo de fabrico é simples. Derreter a gordura da barrigada de suínos, coar o produto, prensar e, finalmente, embalar. Estas etapas são rudimentares, sem guardar nenhum segredo, e qualquer um poderia abrir um negócio dessa natureza, dado a rudimentaridade das tarefas a cumprir. Sozinho Matarazzo com certeza não estaria. É plausível que poderia ter muitos concorrentes. Bastava que estes se sentissem atraídos por aquele negócio promissor com milhares de compradores potenciais e reduzido aporte de investimento inicial. Aí está o segundo princípio da concorrência perfeita: muitos produtores produzindo um mesmo produto assemelhado.

Mas, produzir a mesma coisa, parecida com a de outros produtores, mesmo que fosse muito caprichoso neste processo e Francisco Matarazzo era seguramente desse tipo e inclusive por costume fazer bem feito lhe era característico, não traria destaque especial somente seu, à mercadoria que usualmente fabricava. Matarazzo desenvolve uma prensa especial, caseira, com cintas de ferro, forjadas em toscas ferrarias. Possuir um tacho de ferro, prensa de madeira, facilmente seria copiado por seus concorrentes porque se tratava de equipamento barato, de grotesca tecnologia, facilmente ao alcance de quem tivesse interesse. Este é o terceiro traço da concorrência perfeita: a tecnologia facilmente à disposição.

Quanto ao preço da banha, Matarazzo, é muito provável, tinha que respeitar o que o mercado poderia pagar pelo produto, quarto e último traço da concorrência perfeita. O mercado é quem determina o preço de comercialização. Afinal, são muitos os produtores e milhares os

compradores. É a atuação livre da antiga lei de oferta e demanda, sem que nenhum ator específico tivesse uma influência destacada sobre quanto deveria ser o preço. O preço resultava do embate invisível entre oferta e procura. Nada mais. Todavia, mesmo enquanto vigesse essa lei, havia algumas vantagens estabelecidas que se deve salientar. Matarazzo produz a mercadoria, vende em sua porta de comércio varejista e distribui em localidades mais longínquas pelas tropas de mula que tinha. Mesmo uma tosca carroça, seria aperfeiçoamento e mais uma facilidade na hora da entrega.

Mas, eis que sucede o pulo do gato, que diferencia Matarazzo de outros. Ele observa que a embalagem para vender a banha requiritava de aprimoramento. Em contato com habilidosos funileiros da colônia italiana, encomenda latas padronizadas para acondicionar o produto em frações exatas e apropriado tamanho, conforme as necessidades de consumo das famílias já assentadas e das milhares imigrantes que chegam para iniciar suas vidas. Colocou rótulo próprio. Estabeleceu marca própria. Nesse momento, diferenciava sua mercadoria pela embalagem e alcançava projeção. Enquanto ninguém o copiasse, assumiria um poder de monopólio. Aqui já não se trata da mera concorrência perfeita. Entra em atuação, o empresário inovador de recorte schumpeteriano que diferencia produtos por seus novos atributos e nutre preocupações com o progresso técnico para garantir qualidade e abrir novos mercados.

Esta é a etapa desbravadora dos primeiros passos das IRFM. Dura aproximadamente 20 anos. Vai até 1900. Abrem-se três fábricas de banha, duas em São Paulo e uma em Porto Alegre. Matarazzo é próspero e tarimbado comerciante. Decide, então, fazer as malas para a capital em vislumbre de melhores perspectivas. Vende quase tudo o que possuía. Conserva apenas o mais importante. Lá dará sua segunda e suprema cartada, rumo ao império industrial, embora é claro, inconsciente desse destino. Daí, não será mais a concorrência perfeita o mantra teórico esclarecedor de formidável organização industrial. Vai se adentrar ao outro universo da teoria dos oligopólios, porém com devidas adaptações às circunstâncias brasileiras.

O SALTO

No Estado de São Paulo, havia um transtorno no cotidiano das famílias. O pão com frequência era azedo. Grande parte da farinha de trigo era importada. Procedia dos Estados Unidos ou da Argentina. Do porto de embarque ao desembarque no destino e daí ao transporte, o mais das vezes em condições inapropriadas à conservação, até alcançar o planalto e a mesa das famílias, enfrentando distâncias alongadas e o clima subtropical, o produto corria alto risco de mofo ou bolor.

Matarazzo decide construir um moinho de farinha de trigo de super proporções entre os maiores instalados na capital paulista. É o ano de 1900. Vai ter grande escala de produção, reduzido custo unitário e pronto mercado de consumo por um produto essencial fresco de qualidade e preço competitivo que faltava nos lares. Recorre a temerário empréstimo com bancos ingleses, valor comprometedor de seu patrimônio. Como se tratava de nome referência

na praça, sinônimo de prestígio e confiança, a quantia é concedida. Matarazzo detém exata consciência do potencial do negócio. Sabia onde estava pisando e principalmente das necessidades das pessoas. Ergue um moinho de tal porte que junto com poucos outros, terá domínio de mercado, podendo praticar preço cartelizado, quer dizer em acordo tácito ou explícito com contados concorrentes e erguendo barreiras à entrada de novos capitais no ramo.

Como as proporções do empreendimento são expressivas, portanto um grande capital, é mais sábio um acordo com os concorrentes, partilhando o mercado e o preço, do que se arriscar na guerra concorrencial de preços, em que décadas de trabalho e acumulação de capital podem ser arruinadas por causa de uma disputa insensata pelo domínio do mercado e a maximização do lucro. Um bom pacto de cavalheiros é melhor do que uma nefasta pendenga. Todavia, nestas condições, não mais prevalece a concorrência perfeita. Agora é a teoria dos oligopólios que está em plena ação prática.

Como a produção de farinha de trigo é em grande escala direcionada para toda uma população urbana em crescimento constante, Matarazzo empreende a tecelagem Mariângela para fornecer sacos de embalagem. É justamente a grande escala de produção que justifica e garante empreendimentos encadeados derivados (latas, sacos, pastificio, óleos) por causa da enorme exigência de fornecimento e redução de custo unitário. O moinho de farinha de trigo pelo seu gigantismo rompeu o caminho ao grupo industrial que culminaria com 365 fábricas pelo ano de 1937. Possibilitou a prática da verticalização, da horizontalização, diferenciação de produto e busca incessante de progresso técnico. O moinho foi o divisor de águas e o salto para o sucesso.

A TRANSIÇÃO

É preciso destacar uma situação. Mesmo quando o moinho de farinha de trigo viabilizou a passagem das indústrias Matarazzo para a organização oligopólica, havia um componente decisivo nessa travessia. Trata-se da força de trabalho. Ela aciona as máquinas, equipamentos e mediante a utilização de sua capacidade na produção gera o valor necessário para se reproduzir enquanto espécie humana. É o salário. E precisa gerar o valor excedente para reproduzir o capital, igual ou maior do que era antes. É o lucro. Este somente acontece quando o componente trabalho consegue produzir uma quantidade de valor muito superior ao que vale em salários. Do contrário, desaparece o lucro. A empresa não tem continuidade. O lucro é um resultado socialmente produzido pelos trabalhadores para remunerar o capital. Esse é o ponto. Tanto no começo, na última vintena do século XIX, da fábrica caseira de banha em 1881, até a morte do patriarca em 1937, quando se enumeravam 365 fábricas, deve-se lembrar que o salário mínimo não havia sido regulamentado. Isso quer dizer que durante quase todo esse tempo pode ter havido uma possibilidade de salários flexíveis a serem pagos à mão de obra nas fábricas. E isto é típico pressuposto da concorrência perfeita que pode ter beneficiado inclusive na formação e desenvolvimento de um oligopólio. Matarazzo empregou força de trabalho das mulheres que eram mais baratas para remuneração e força de trabalho infantil. Nas indústrias

têxteis dele, inclusive as máquinas eram adaptadas ao tamanho das crianças. E diga-se de passagem que se trabalhava de segunda a domingo até a hora do almoço, pois ainda estava muito definida uma regulação da duração da jornada diária de trabalho. Sem a regulamentação do salário mínimo e a supervisão para verificar as condições de trabalho nas fábricas, dado o atraso medonho do capitalismo brasileiro, recém egresso da escravidão, era muito mais tranquilo o gerenciamento do valor da mão de obra a depender da conjuntura mais ou menos favorável. Imperava uma situação altamente favorável para o capitalista delimitar o salário conforme sua necessidade de acumulação. Era o desempenho livre da lei de oferta e demanda, o regulador do salário dos trabalhadores. Mal estavam organizados os sindicatos dos trabalhos, vistos como desagregadores da sociedade e mau exemplo a seguir. Matarazzo e os administradores sob seu comando estavam muito mais à vontade para pagar o salário mais conveniente que lhe proporcionasse maior lucro quase sem impositivos de lei que pudessem criar maior dificuldade à expansão dos negócios.

Foi indesculpável sublinhar esse aspecto porque caso contrário a evolução desse grupo empresarial seria apenas a narrativa de um super herói que fez e desfez, de um todo poderoso em seu querer e poder, vontade e capricho e não a culminância de todo um processo social em que os trabalhadores são determinantes, tanto para consumir quanto para produzir, todavia permanecem relegados ao plano do esquecimento, como prestadores de favor e não geradores de valor social, apropriado por um grande capital. E mais uma plausível suposição. O grupo Matarazzo nunca abandonou a produção em massa de artigos para trabalhadores: de banha, de tecidos, de farinha de trigo, de biscoitos, de óleos vegetais, de cerâmica, de latarias, de sabões e sabonetes, de embutidos, de óleos combustíveis. É muito provável que quando os salários fossem pagos aos operários, o maior peso desse valor se convertesse na aquisição de mercadorias que o próprio grupo produzia.

REFERÊNCIAS

- COUTO, R. C. **Matarazzo**. V.1 A travessia e V.2 Colosso brasileiro. São Paulo: Planeta Brasil, 2004.
- KON, A. **Economia industrial**. São Paulo: Nobel, 2001, p. 27-46.
- LABINI, P. S. **Oligopólio e progresso técnico**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1986, p. 51-68.
- MARX, K. **O capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1985. V. 1 – Tomo 2, p. 125-153.
- SUZIGAN, W. **Indústria brasileira: origem e desenvolvimento**. São Paulo: Brasiliense, p. 190-202.

A **JANELA ECONÔMICA** é um espaço de divulgação das ideias e produção científica dos professores, alunos e ex-alunos do Curso de Ciências Econômicas das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba.

- Cada artigo é de responsabilidade dos autores, e as ideias nele inseridas não necessariamente refletem o pensamento do curso.

- O objetivo deste espaço é mostrar a importância da formação do economista na sociedade.