

LES 580

ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL

Prof. Margarete Boteon

Programação

Data	Revisão	Capítulo	Debate
19/11/2019	Conceitos Principais da OI	Roland Veras	
26/11/2019	Conceitos Principais da OI / Revisão da Prova	Livro Kupfer	
27/11/2019	Discussão de Competitividade		Discussão de Grupos
04/12/2019	Entrega de Trabalho – Resenha (Opcional)		

Os livros estão no STOA

Economia Industrial

Fundamentos Teóricos e Práticas no Brasil

Organizadores

David Kupfer
Lia Hasenclever

Roland Veras Saldanha Junior

- Possui graduação em Administração Pública pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo / FGV (1998), é mestre em Economia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2007), além de graduação incompleta em Economia pela Universidade de São Paulo. É professor e pesquisador da Pontifícia Universidade de São Paulo desde 2006. Pesquisa temas nas áreas de Organização Industrial, Regulação, Política da Concorrência e Comércio Exterior. Realiza desde 2007 atividades de consultoria em Antitruste, Antidumping e Regulação. Curriculum Lattes.

Introdução à Organização Industrial

INTRODUÇÃO OI – CONCEITOS E EVOLUÇÃO

"Hoje a Organização Industrial (ou Economia Industrial) pode ser genericamente definida como o campo da Economia preocupado com mercados que não podem ser analisados usando o modelo competitivo padrão de livros-texto". Schmalensee, Richard (The New Palgrave's: A Dictionary of Economics, 1988: "Industrial Organization")

“Não existe tal tema denominado organização industrial. Os cursos ensinados sob este título tem por objetivo a compreensão da estrutura e comportamento das indústrias (produtoras de bens e serviços) de uma economia. Estes cursos lidam com o tamanho e estrutura das firmas (uma ou muitas, concentradas ou não), as causas (sobretudo as economias de escala) desta estrutura e tamanho, os efeitos da concentração sobre a competição, os efeitos da competição sobre os preços, investimentos, inovações, e assim por diante. Mas este é precisamente o conteúdo da teoria econômica – teoria dos preços ou da alocação de recursos, que tem recebido o infeliz nome de microeconomia. “ Stigler, G. , 1968, “The Organization of Industry”, pg.1)

Nota: Este material foi desenvolvido pelo prof. Roland Veras Saldanha Jr, e representa uma primeira versão de material a ser transformado em livro didático. Reservam-se os direitos autorais sobre o mesmo, mas comentários e sugestões são bem vindas no e-mail rsaldanha@actiomercatoria.com.br.

Fonte:
Roland Veras Saldanha Junior

Cap 1 Origens, Evolução e
Escopo da Organização
Industrial

edisciplinas.usp.br/course/view.php?id=71149

- AS Instituições Econômicas do Capitalismo - Oliver E. Williamson (2011)
- Instituições, Mudança Institucional e Desempenho Econômico (Português) 2017 - Douglass C. North (Autor)

Avisos

Presença

A presença nas aulas de terças e quartas é obrigatória.

Notas

Trabalhos de Outubro e Novembro e Instruções - OBS: PROVA FINAL 13/11

ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA (ECT)

Livro de Organização Industrial (David Kupfer)

Livro base para o final da disciplina de Economia das Organizações.

Cap 1 Origens, Evolução e Escopo da Organização Industrial

PROGRAMAÇÃO LES 580 - DISCIPLINA

Apresentações

Artigo Revisão - Mahoney e Kim

Aula - Agosto/Setembro

Revisão dos principais

Aulas atualizadas

Nota: Este material foi desenvolvido pelo prof. Roland Veras Saldanha Jr, e representa uma primeira versão de material a ser transformado em livro didático. Reservam-se os direitos autorais sobre o mesmo, mas comentários e sugestões são bem vindas no e-mail rsaldanha@actiomercatoria.com.br.

<https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=2637664>

Fonte:
Roland Veras Saldanha Junior

Cap 1 Origens, Evolução e Escopo da Organização Industrial

Organização Industrial

- **Uma compreensão lógica e útil a respeito do modo de operação das firmas e indústrias no mundo em que vivemos é o objetivo da Economia Industrial ou Organização Industrial (OI).**
- **A própria Economia ganhou status científico a partir do século XVIII, e na magnífica discussão sobre a Natureza e Causas da Riqueza das Nações (1776), por Adam Smith, encontra-se tanto uma sólida argumentação sobre a operação dos mercados quanto as sementes da moderna Teoria da Organização Industrial.**
- **No entanto, a experiência revelou certa ingenuidade na crença do pai da Economia a respeito da suficiência da “mão invisível” dos mercados na coordenação e organização das atividades econômica.**

Nascimento da Organização Industrial

A MICRO E A OI

- Organização Industrial, só ganha feições de disciplina relativamente autônoma e delimitada do ponto de vista científico no período posterior à II Grande Guerra. Uma retrospectiva histórica, que envolve nomes importantes como os de Chamberlin, Ronald Coase, Joe Bain, Edward S. Mason e John Nash.
- É possível definir a Economia Industrial (ou Organização Industrial) como sendo o estudo da lógica de operação e comportamento das firmas nas indústrias e mercados, enfatizando as busca de implicações sobre o bem-estar, formulação, implementação e avaliação de políticas públicas.

A OI e a Microeconomia

Carlton & Perloff

“ O estudo da OI adiciona, ao modelo perfeitamente competitivo, os atritos do mundo real: informação limitada, custos de transação, custos de ajustamentos dos preços, ações governamentais, barreiras à entrada de novas empresas.

Daí considera como as firmas estão mundo”

O escopo da OI

- Entender três questões principais: Estrutura – Conduta
(comportamento) - Desempenho
- ❑ Por que os mercados são **ESTRUTURADOS** e organizados de certa maneira (Terceirização, Restrição vertical)
- ❑ Como o modo de organização dos mercados afetam o **COMPORTAMENTO** das suas firmas e o seu desempenho.
- ❑ Como o comportamento das firmas influencia a **ESTRUTURA E A ORGANIZAÇÃO DOS MERCADOS E O SEU desempenho.**

O escopo da OI (estrutura)

- Por que os mercados são **estruturados** e organizados de certa maneira? (Integração Vertical, Terceirização, Restrição vertical)
- **Concentração: número e distribuição de vendedores de um mercado**
 - Por que tantos produtores de trigo e poucas montadoras de automóveis?
- **Diferenciação de produto:**
 - Por que tantas marcas diferentes : Cereais, sabão em pó, bebidas
- **Condições de entrada:**
 - Barreiras a entrada

O escopo da OI (comportamento)

- **Como o modo de organização dos mercados afeta o comportamento das firmas e o seu desempenho?**
 - a) Como a concentração da produção afeta a determinação de preço e oferta dos mercados
 - b) Formação de preços:
 - c) Diferenciação de produtos (competição extra-preço)
 - d) Estratégia das empresas:
 - estratégias que criam poder de mercado e rendas monopolísticas
 - estratégias que detém que novas firmas entrem no mercado

O escopo da OI

Como o comportamento das firmas influencia seu desempenho?

- a) Quais os efeitos da conduta da firma sobre a estrutura de mercado?
- ☛ Estratégias para expulsar as firmas e conseguir posição de monopólio
 - ☛ Estratégias para impedir que novas firmas entrem

1ª FASE

- Mason (1939, AER): *Price production policies of large- scale enterprise*
- ⇒ Verificar a existência de relação entre o tamanho das firmas e as políticas de preços adotadas
- ⇒ A teoria econômica existente não permitia a verificação do exercício de poder de monopólio, pois não eram aplicáveis na prática
- ⇒ A partir dos dados das grandes corporações americanas e de produtos de algumas indústrias, estudou os fatores que influenciavam a formação dos referidos preços
- ⇒ **DEFINIU MERCADO, ESTRUTURA DE MERCADO, PREÇOS ADMINISTRADOS, E VÁRIOS ELEMENTOS USADOS POSTERIORMENTE NO PARADIGMA E-C-D**

2ª FASE: Anos 60/80

- Modelo Estrutura - Conduta – Desempenho (Sherer)
- ⇒ Estabelece-se que existe uma relação causal entre a *estrutura* de um mercado, a *conduta* da firma e o *desempenho* do mesmo
- ⇒ Ideia básica: estabelecer relações entre as variáveis estruturais e o desempenho de mercado que se sustente entre as indústrias
- ⇒ Estudos empíricos atuais: medida de desempenho que tem-se procurado é o ***Poder de Mercado***

Nova Organização Industrial

- **Final anos 70: redução importância E-C-D**
- Grande debate sobre o significado da regularidade empírica (E – D)
- Ênfase: *desenvolvimento modelos de comportamento (conduta)*

3ª FASE: Anos 80

- ⇒ insatisfação teórica: limites da análise empírica em prover modelos teóricos formais
- ⇒ **desenvolvimento da Teoria dos Jogos**
- ⇒ análise do comportamento estratégico das firmas
- ⇒ **mantém a preocupação com a política *antitruste* e regulamentação de mercados**

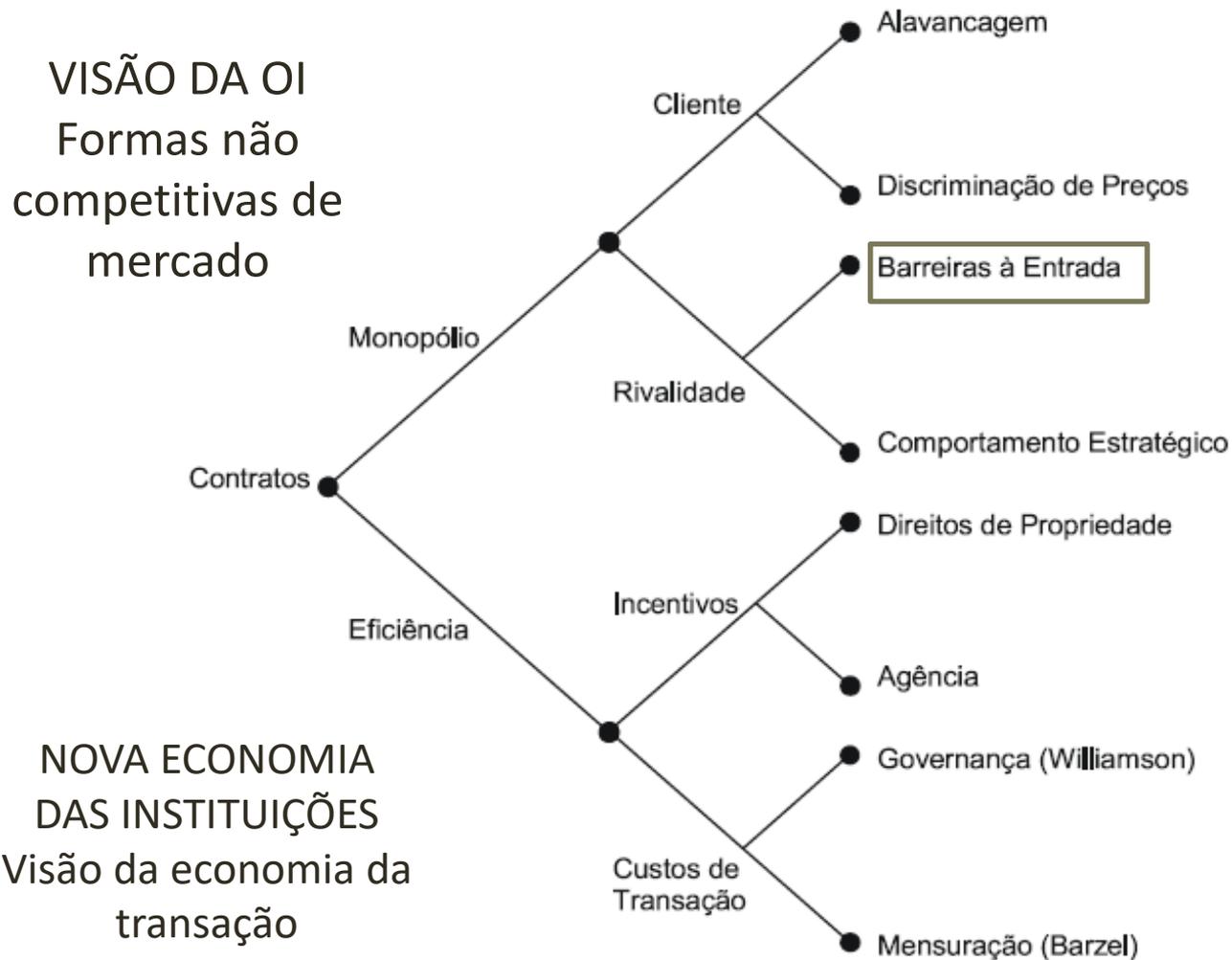
A Nova Economia Industrial

- a) Chicago - UCLA (estudos iniciam-se nos anos 70)
- \Rightarrow emergem as questões de eficiência econômica
- Hipóteses:
 - \Rightarrow causação: desempenho \Rightarrow estrutura
 - **Se as empresas maiores são mais eficientes não há motivos para puni-las**
- \Rightarrow único motivo para preocupação com concentração é a *coalizão*

A Nova Economia Industrial

- **Década de 80: competitividade das empresas americanas frente a concorrência internacional (japonesas e europeias) era baixa.**
- **⇒ Questões eficiência tornam-se importantes**
- **⇒ Novas teorias “abrandam” legislação antitruste**

Figura 1. Mapa Cognitivo dos Contratos



Fonte: Williamson (1985)

A Nova Economia Industrial

- **Teoria dos Mercados Contestáveis – Baumol, Panzar e Willig (1982)**
- ⇒ hipótese: mesmo estruturas concentradas podem ter resultados próximos aos da concorrência se não existem barreiras a entrada e a saída
- ⇒ papel da concorrência potencial
- ⇒ concorrentes efetivos x concorrentes potenciais
- ⇒ a competição potencial tem o papel da “mão invisível” de Adam Smith

A Nova Economia Industrial

- b) Teoria dos Jogos
- \Rightarrow (Tirole, 1988)



- **Usa a teoria dos jogos para analisar comportamento estratégico entre as firmas:**
- \Rightarrow Encontra resultados que se aproximam da concorrência perfeita até o monopólio
- \Rightarrow **Sherer: mercados monopólicos apresentam os mais variados desempenhos**

Instituições e Organizações

- Diversos autores passaram a considerar a importância das *instituições* e das *organizações* no desenvolvimento econômico
- ⇒ não são neutros em relação a alocação dos recursos

INSTITUIÇÕES:

- Sistema Legal
- Sistema defesa da Concorrência
- Códigos de ética
- Legislação trabalhista
- Direitos de propriedade

ORGANIZAÇÕES

- Sindicatos
- Instituições de pesquisa
- Associações de classe
- etc.



Como entender o funcionamento dos diferentes mercados em que as organizações operam?

OI x ETC

Elementos de Organização Industrial

Como cada elo é organizado?

- ESTRUTURAS de mercado
- BARREIRAS a entrada e a saída
- CONDUTA (fixação de preços, investimentos em P&D, etc)
- DESEMPENHO (lucro, margens, inovação)

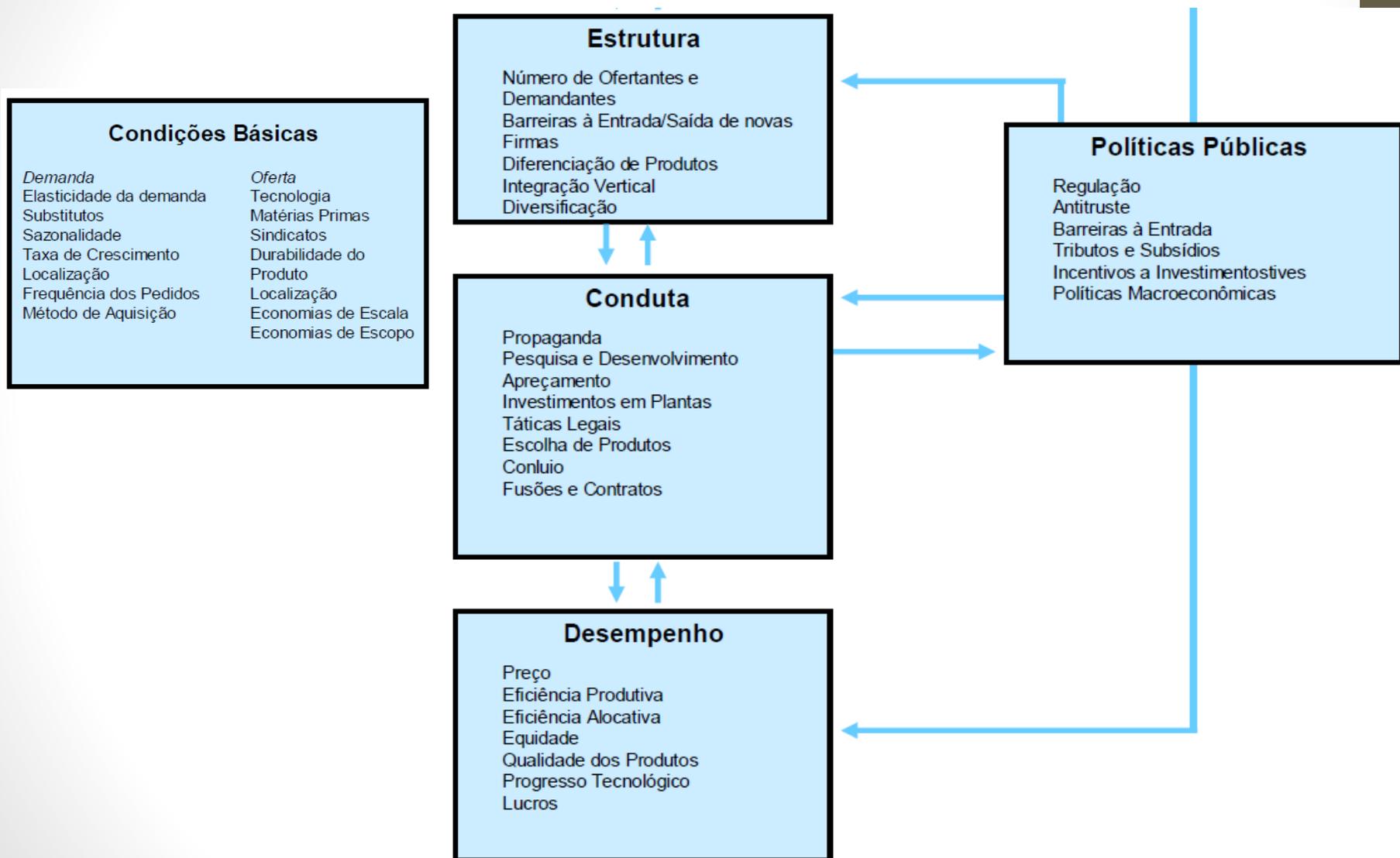
Foco: Importante entender o **AMBIENTE COMPETITIVO**

Economia dos Custos de Transação

- **Como os elos se relacionam?**
 - Compram spots?
 - Contratos?
 - Como as instituições existentes influenciam as organizações?

Foco: Importante entender a **ESTRUTURA DE GOVERNANÇA**

Figura 1.1 Modelo Estrutura-Conduta-Desempenho



Análise da **COORDENAÇÃO** do complexo agroindustrial do cacau (Adaptado da Metodologia PENSA):

Estrutura de Mercado

Oferta

- Localização da matéria-prima
- Tecnologia
- Durabilidade do produto
- Padrões

Demanda

- Bens substitutos
- Taxa de Crescimento da Demanda
- Carácter cíclico e sazonal
- Métodos de compra

Estrutura do Mercado:

- número de compradores, vendedores, diferenciação de produtos, barreiras a entrada, estrutura de custos,

SAG

Ambiente Institucional: Leis, normas, resoluções e padrões de comercialização

Mercado Externo

- Exportação/Importação

Produtores



T1

Cooperativas

Intermediários

- Pequenos
- Médios
- Grandes



T2

Indústrias Processadoras
(*amêndoas*)

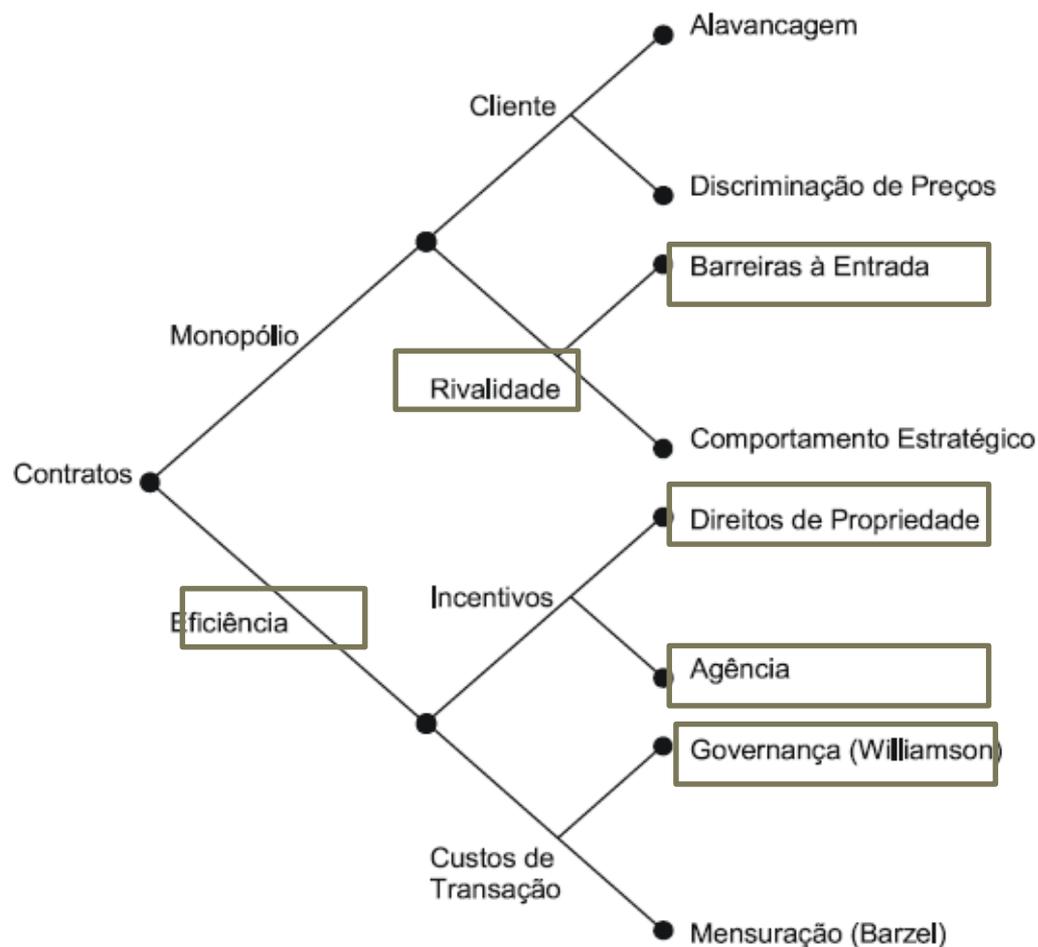


T3

Indústrias de Alimentos

Ambiente Organizacional: Órgãos do governo, Instituição de Crédito, Empresas de Pesquisas

Figura 1. Mapa Cognitivo dos Contratos



Fonte: Williamson (1985)

Economia Industrial

Fundamentos Teóricos e Práticas no Brasil

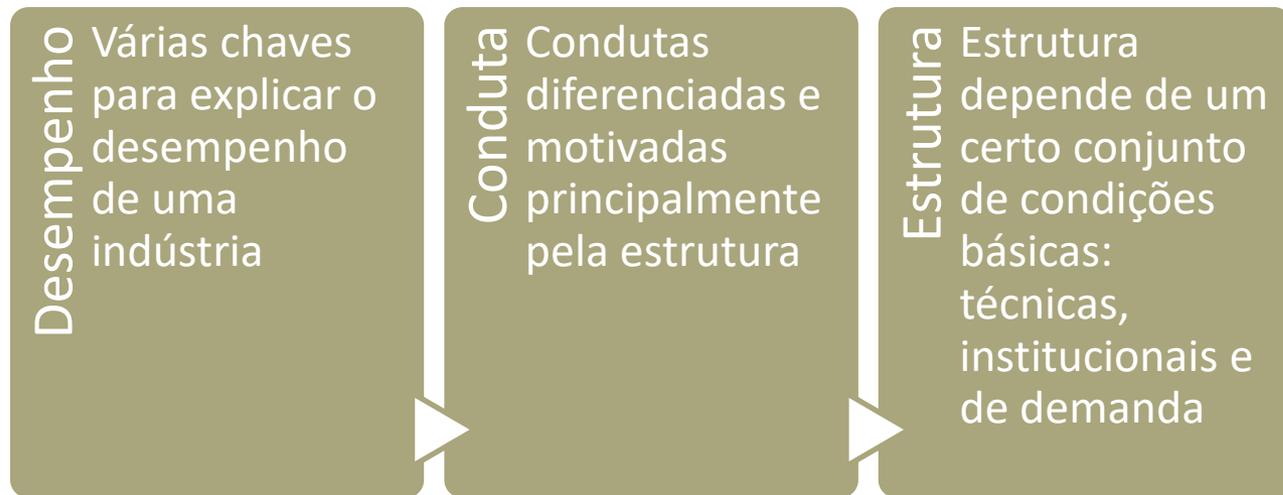
Organizadores
David Kupfer
Lia Hasenclever

O Modelo Estrutura, Conduta e Desempenho e seus Desdobramentos

Lia Hasenclever e Ricardo Torres

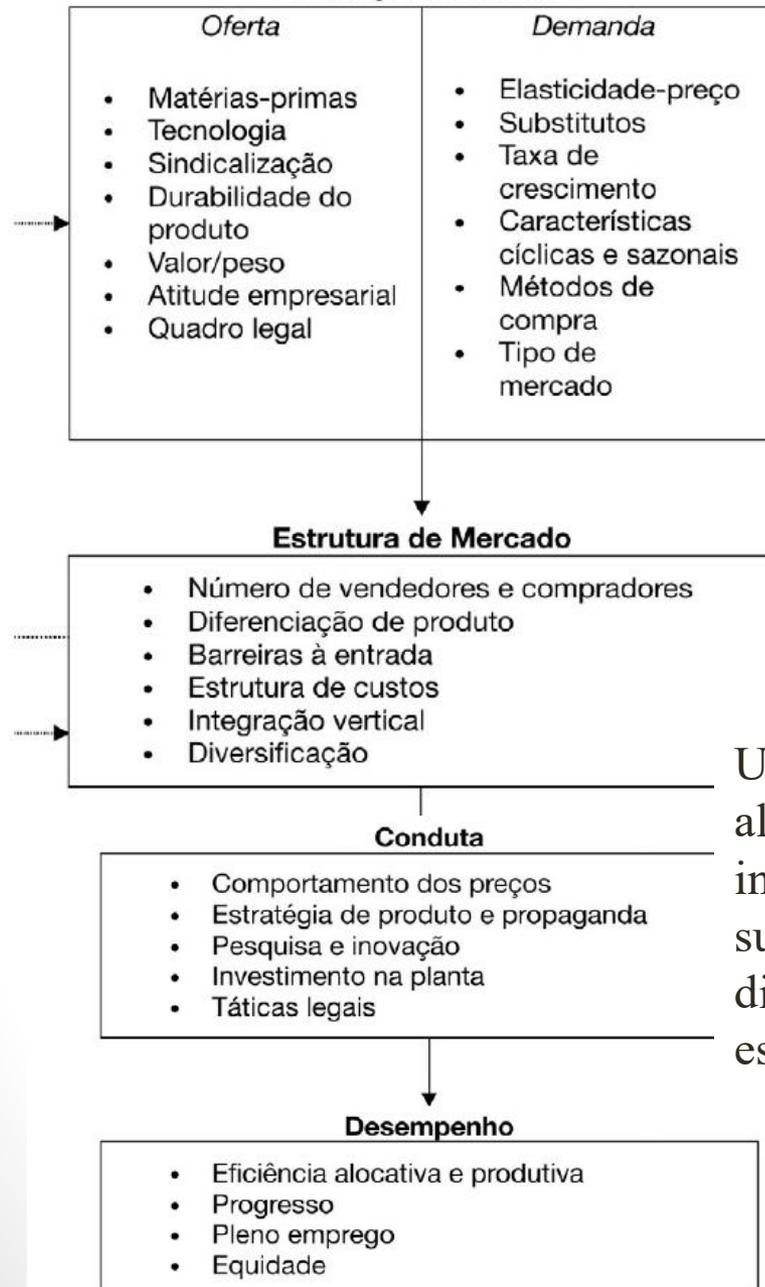
Capítulo 4

4.3 O Modelo Estrutura-Conduto-Desempenho (ECD)



Pressupõe-se que o **desempenho** em indústrias ou mercados particulares seja dependente da **conduta ou das estratégias** dos vendedores (produtores) e dos compradores (consumidores) em diferentes assuntos, como a política e a prática de preços, cooperação explícita ou tácita entre as empresas, estratégias de linhas de produtos e propaganda, esforços de pesquisa e desenvolvimento (P&D), investimento em plantas produtivas, táticas legais (como, por exemplo, *enforcement* dos direitos de patentes), e assim por diante. A **conduta**, por sua vez, **depende da estrutura do mercado relevante**,² caracterizada pelo **número e tamanho dos vendedores e compradores**, o **grau da diferenciação física ou subjetiva** dos produtos e serviços, da **presença ou ausência de barreiras à entrada de novas empresas**, do **formato das curvas de custo**, do **grau de integração vertical** das empresas e da **extensão de diversificação das empresas** para outros mercados.

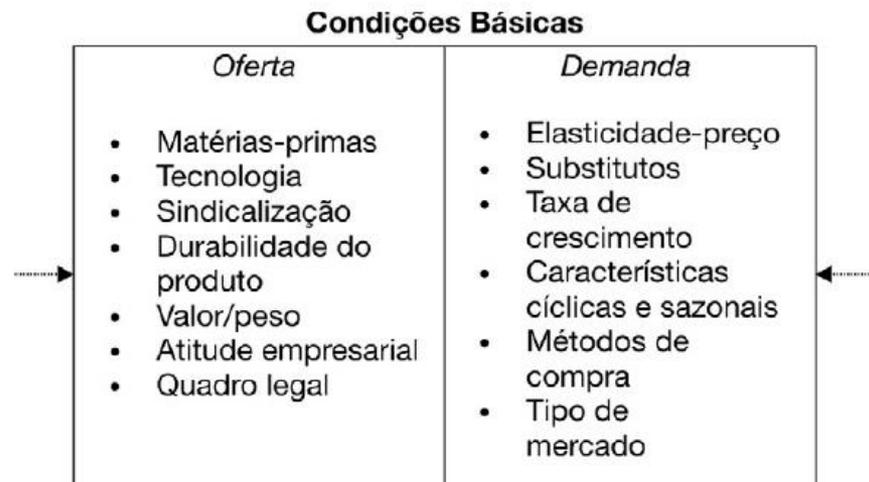
Condições Básicas



- O fluxo causal ou a relação de determinação inicia-se nas condições básicas de demanda e de oferta, seguindo para a estrutura do mercado, para as condutas ou estratégias empresarias e para o desempenho. Podem-se observar também importantes efeitos de retroalimentação ou de encadeamento representados pelas setas pontilhadas

Um esforço intenso em P&D (conduta) pode alterar o paradigma tecnológico dominante na indústria (condição básica de oferta) e, portanto suas condições de estrutura de custo e de diferenciação de produto (atributos da estrutura).

4.3 Estrutura (condições básicas)



Condições Básicas

Oferta: a localização e a propriedade da matéria prima, a natureza das tecnologias relevantes (processos contínuos ou em batelada, ou alta ou baixa elasticidade de substituição dos insumos), o grau de sindicalização da força de trabalho, a durabilidade do produto, o padrão de entrega da produção (pronta entrega ou encomenda), relação entre valor e peso do produto e o ambiente econômico informado pelas atitudes empresariais e pelo quadro legal.

Demanda: elasticidade-preço da demanda, a disponibilidade de produtos substitutos, a taxa de crescimento e flutuação da demanda ao longo do tempo, os métodos de compra utilizados pelos compradores (à vista ou a crédito).

As condições básicas são fortemente influenciadas pelas leis vigentes e pelos valores socioeconômicos predominantes da comunidade de negócio

VISÃO ESTÁTICA: E – C - D

- Os desempenhos podem ser diretamente deduzidos das características das estruturas

QUADRO 4.3 CONCORRÊNCIA PERFEITA (MERCADO 1) E OLIGOPÓLIO (MERCADO 2) NA VISÃO ESTÁTICA E TRADICIONAL DO MODELO ECD

COMPARAÇÃO DE DOIS CASOS POSSÍVEIS

	MERCADO 1 (concorrência perfeita)	MERCADO 2 (oligopólio)
Características estruturais	<ul style="list-style-type: none">Muitos vendedores e compradoresProduto homogêneoAusência de barreiras à entrada	<ul style="list-style-type: none">Poucas firmas com concentração possível de compradoresProduto bastante diferenciadoExistência de barreiras à entrada (e à saída)
Desempenho	<ul style="list-style-type: none">Ausência de lucros extraordináriosAlocação ótima dos fatoresAusência de inovação	<ul style="list-style-type: none">Existência de lucros extraordináriosAlocação não ótima dos fatoresInovação provável

Fonte: Adaptado de Morvan (1991), p. 33. Fonte: Adaptado de Morvan (1991), p. 10.

Barreiras à entrada (e saída)

Conceito de barreiras à entrada estáticas e dinâmicas:

- As primeiras são decorrentes de condições estruturais das indústrias e dos mercados e as segundas resultam de estratégias deliberadas das empresas estabelecidas para deterem a entrada das empresas potenciais entrantes. Neste sentido, as estratégias empresariais são utilizadas como mecanismos de prevenção à entrada.
- **BARREIRA À SAÍDA:** qualquer custo que uma empresa tenha que incorrer para deixar uma indústria é uma barreira à saída. Um exemplo bastante comum são as multas contratuais.
- Em geral, as barreiras à saída estão associadas aos custos irrecuperáveis. Estes custos estão associados quase sempre a fatores fixos tangíveis e intangíveis e específicos à empresa ou ao produto. Exemplos incluem patentes combinadas com investimentos físicos e em especialização dos recursos humanos e investimentos em propaganda e marketing.

Noção de “mercado contestável”

- Em mercados nos quais a entrada e a saída de empresas não são dificultadas, ainda que as condições de homogeneidade dos produtos e número de produtores não sejam compatíveis com as condições de concorrência perfeita, há potencial para a competição. Dessa forma, nasceu o conceito de “competição potencial”.

A caixa de ferramentas da OI

ESTRUTURA – CONDUTA – DESEMPENHO

Página 15 – Capítulo 1 - Introdução à Organização

Industrial – Prof. Roland



A Caixa de Ferramentas da OI

O instrumental da Economia Industrial vem sendo construído aos poucos, já se dispondo atualmente de um conjunto de ferramentas bastante potente para a organização e desenvolvimento das idéias sobre o funcionamento das firmas e indústrias.

Um panorama dos temas tratados pela OI aparece esquematizado no modelo de **Estrutura-Condução-Desempenho (ECD)**, idealizado por Edward S. Mason na década de 1930 e posteriormente aperfeiçoado por diversos seguidores. Explorando algumas das diferenças fundamentais entre a Microeconomia e a OI, o esquema revela as preocupações específicas desta última com uma maior aproximação da teoria à realidade, bem como com a contextualização histórica

E C D

- O esquema ECD exibe baixo potencial na formulação de explicações e previsões confiáveis, **ele permanece sendo um interessante referencial didático na organização dos temas analisados em Economia Industrial.**
- **A idéia neste esquema é classificar as diferentes estruturas de mercado, tentando associá-las a tipos de condutas empresariais observadas e, por fim, ao desempenho econômico das indústrias envolvidas.**
- Versões mais modernas desta abordagem incluem, ainda, as condições básicas de oferta e demanda no mercado e o papel das políticas públicas nos mercados analisados, conforme se observa na Figura 1.1.

O paradigma Estrutura- Conduta-Desempenho (ECD)

- O paradigma Estrutura-Conduta-Desempenho (ECD) é um modelo analítico adequado para se operacionalizar o conceito de competitividade empresarial desde que seja incorporado os principais elementos-chave do ambiente interno que determinam **a estrutura do mercado, a conduta (estratégias competitivas) e o desempenho (resultados em termos de lucratividade e faturamento e faturamento, crescimento)**, - Principais contribuições SCHERER & ROSS (1990); TIROLE (2001).

Paradigma ECD

- Segundo o paradigma ECD, a relação existente entre a **estrutura do mercado** (concentração industrial) e o **desempenho competitivo** (rentabilidade) realiza-se de **conduta empresarial**, ou seja, por meio do comportamento do empresário quanto à política de vendas e de fixação dos preços da empresa visando o crescimento e a lucratividade.
- A essência do modelo estrutura-conduta-desempenho, se baseia em relacionar **o desempenho de uma empresa no mercado como variável dependente das características do ambiente em que ela está exposta.**

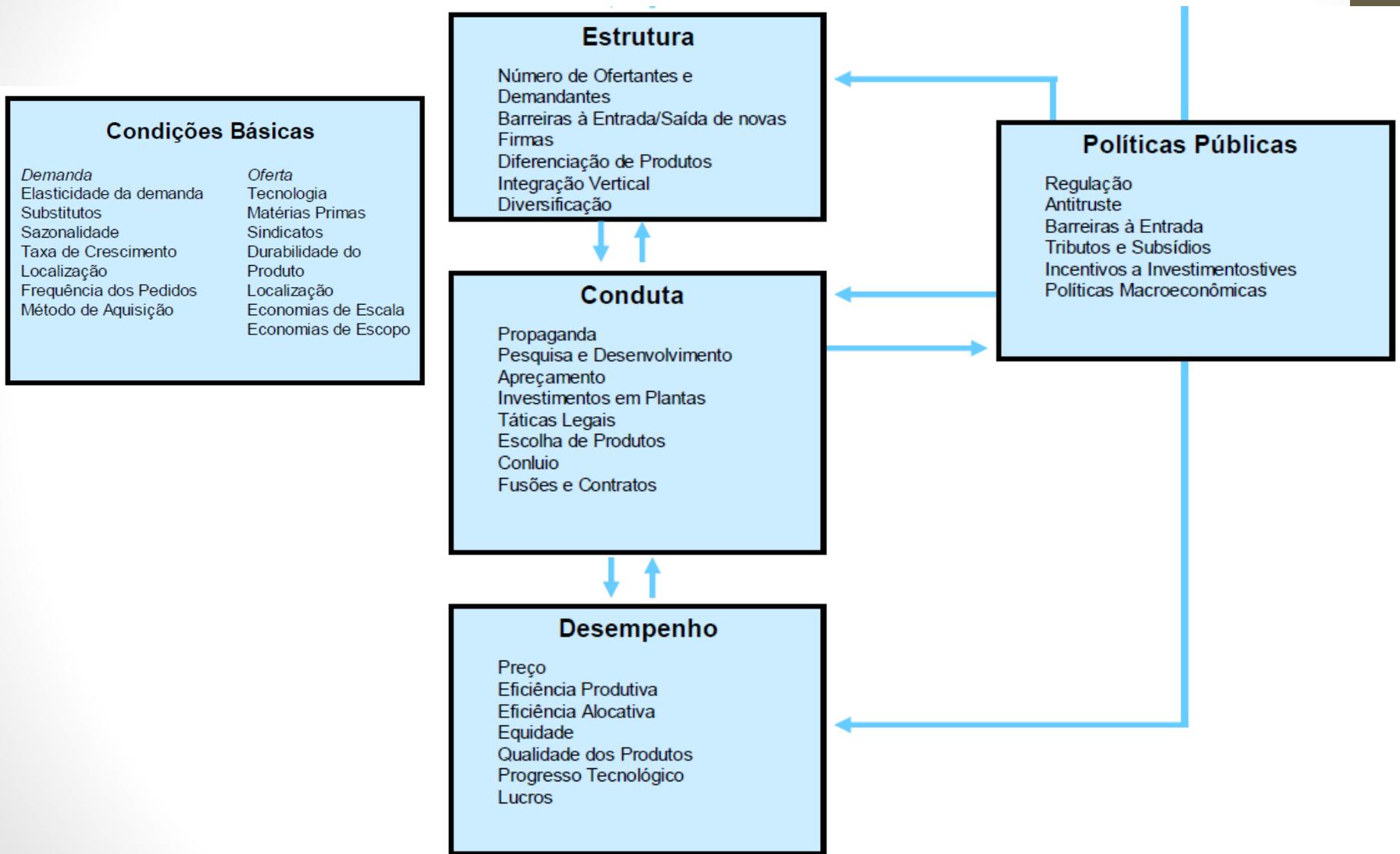
Modelo ECD

- O modelo visava inicialmente avaliar a relação entre **concentração na indústria** e **lucratividade** dos oligopólios, objetivando auxiliar na política antitruste dos EUA.
- Admitia-se que quanto mais concentrado o mercado, maior a possibilidade de ocorrer uma coalizão tácita entre as empresas para maximização conjunta dos lucros, o que resultaria em uma prática semelhante à de um monopólio, trazendo, desta forma, prejuízos para a sociedade.
- **IDÉIA PRINCIPAL: a empresa monopolista maximizadora de lucros produz menos e pratica preços mais elevados do que a empresa que atua no mercado de concorrência perfeita, o que é ruim para a sociedade**

limitações

- Apesar das versões mais tradicionais considerarem o sentido de causalidade como unidirecional, ou seja, seguindo da **estrutura para o desempenho**, sendo a primeira determinada exogenamente, as versões mais atualizadas abandonaram este sentido de causalidade, admitindo que a estrutura possa ser determinada endogenamente.
- EXEMPLOS: Como exemplo cita que grandes esforços de pesquisa e desenvolvimento (variável da conduta) realizados por uma firma podem alterar a tecnologia predominante na indústria, a estrutura de custos e o grau de diferenciação física do produto.
- Outro exemplo citado, é que políticas de determinação de preços podem encorajar a entrada de novas firmas no mercado ou expulsar firmas mais fracas, conseqüentemente alterando a estrutura de mercado.

Figura 1.1 Modelo Estrutura-Conduta-Desempenho



Oferta x Demanda

Condições Básicas

Demanda

Elasticidade da demanda

Substitutos

Sazonalidade

Taxa de Crescimento

Localização

Frequência dos Pedidos

Método de Aquisição

Oferta

Tecnologia

Matérias Primas

Sindicatos

Durabilidade do

Produto

Localização

Economias de Escala

Economias de Escopo

Condições básicas

- Como pano de fundo à compreensão e descrição de um mercado, aparecem imediatamente as condições básicas de oferta e demanda envolvidas.

Um controle cuidadoso das tecnologias de produção, potenciais economias de escala e escopo, localização das plantas, durabilidade do produto, acesso a matérias primas e poder de organização dos trabalhadores, bem como do arcabouço legal existente é útil na contextualização dos aspectos básicos que condicionam os ofertantes em determinado mercado

Oferta

- Tecnologia
- Matérias Primas
- Sindicatos
- Durabilidade do
- Produto
- Localização
- Economias de Escala
- Economias de Escopo

Condições básicas

- Como pano de fundo à compreensão e descrição de um mercado, aparecem imediatamente as condições básicas de oferta e demanda envolvidas.

Pela ótica da demanda, a especificação dos produtos e substitutos próximos disponíveis (elasticidade-preço), a presença de sazonalidade ou ciclos nas compras, a distribuição espacial ou geográfica dos consumidores, a taxa de crescimento na demanda, a frequência das compras e os canais de distribuição típicos também surgem como potenciais definidores da estrutura, conduta e desempenho observados na indústria.

Demanda

Elasticidade da demanda
Substitutos
Sazonalidade
Taxa de Crescimento
Localização
Frequência dos Pedidos
Método de Aquisição

Estrutura

Estrutura

Número de Ofertantes e
Demandantes

Barreiras à Entrada/Saída de novas
Firmas

Diferenciação de Produtos

Integração Vertical

Diversificação

A estrutura de mercado

Três formas de análise

- O primeiro refere-se às características mais aparentes do mercado, que é definido conforme o número de empresas concorrentes entre si e pela oferta de produtos diferenciados ou homogêneos;
- o segundo ponto de vista diz respeito ao modelo estrutura-conduta-desempenho, onde as características das firmas estão relacionadas a variáveis como concentração, barreiras à entrada, bens substitutos, dentre outras.

Estrutura

Estrutura

Número de Ofertantes e Demandantes
Barreiras à Entrada/Saída de novas Firms
Diferenciação de Produtos
Integração Vertical
Diversificação

- O conceito de concentração não se refere apenas ao **número de participantes** de um dado mercado, mais do que isto, se refere ao **controle de uma grande proporção de uma determinada atividade econômica por uma pequena proporção dos participantes nesta atividade.**
- Há dois critérios principais: a capacidade produtiva e o número de empregados. A capacidade física pode estar relacionada à quantidade física de produção ou a valores monetários (valor das vendas, valor adicionado, etc.). O número de empregados é normalmente utilizado para mensurar o poder das empresas. Contudo, esta medida é influenciada pelas técnicas empregadas e pelo grau de automatização das diferentes firmas

MEDIDAS DE CONCENTRAÇÃO

RAZÃO DE CONCENTRAÇÃO

- A Razão de concentração (Cr) mede a proporção representada por um número fixo das maiores empresas de uma indústria em relação ao total, tomando-se como base o indicador escolhido:. Este índice é de fácil interpretação e indica a participação no mercado (concentração ou poder de mercado) das k maiores empresas que formam a indústria.

$$C_r(k) = \sum_{i=1}^k P_i$$

Sendo:

k = número de firmas que fazem parte do cálculo; e

P_i = participação da i-ésima firma no mercado.

MEDIDAS DE CONCENTRAÇÃO

Herfindahl-Hirschman (HH)

O Índice de Herfindahl-Hirschman (HH) é definido pela soma dos quadrados da participação percentual de cada firma em relação ao tamanho total da indústria

$$HH = \sum_{i=1}^n P_i^2$$

Sendo:

n: número de firmas participantes no mercado; e

P_i: participação percentual de cada firma no mercado.

MEDIDAS DE CONCENTRAÇÃO

Herfindahl-Hirschman (HH)

O Índice de Herfindahl-Hirschman (HH) é definido pela soma dos quadrados da participação percentual de cada firma em relação ao tamanho total da indústria

$$HH = \sum_{i=1}^n P_i^2$$

Sendo:

n: número de firmas participantes no mercado; e

P_i: participação percentual de cada firma no mercado.

quanto maior este índice, menor é o grau de concorrência entre as empresas e, conseqüentemente, mais concentrado o mercado.

Medida de poder de mercado

- A mensuração da concentração fornece os elementos empíricos necessários para a avaliação da situação de competição em um mercado e serve também para comparações intertemporais que permitem examinar a dinâmica do mercado do lado da oferta.
- O padrão concorrencial contribui para dar uma estrutura particular à indústria, em consequência do resultado (desempenho) obtido pelas empresas. Estes resultados conferem a elas um determinado poder de mercado dentro da indústria. É este poder de mercado que o índice de concentração visa capturar

2.1 - CONCENTRAÇÃO DE MERCADO

Para analisar a concentração deste setor, utilizaremos o Índice Hirshmann-Herfindahl (HH), apresentando uma série histórica que vai de 1970 até 2004. Este índice serve para verificar o nível de concentração de um determinado mercado e pode ser descrito pela fórmula abaixo:

$$HH = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

onde S_i , é o Market Share de cada empresa. Também serão utilizados meios de aferição da concentração, tais como CR(2) (somatório do Market Share das duas maiores empresas) e CR(4) (somatório do Market Share das quatro maiores empresas). A tabela abaixo resume estes índices para o mercado de SLC (suco de laranja concentrado):

Tabela 4 - Indicadores da Concentração Industrial Citrícola Paulista 1970-2004

Indicadores	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2003	2004*
CR(2)	0,631	0,515	0,599	0,631	0,615	0,505	0,426	0,551	0,662
CR(4)	0,868	0,715	0,896	0,902	0,867	0,794	0,670	0,835	0,914
n° de empresas c/ 75% da produção	3	5	3	3	3	4	5	4	3
Índice HH	0,251	0,175	0,248	0,253	0,245	0,171	0,132	0,209	0,260

* Projeção após compra dos ativos da Cargill.

Fonte: ASSOCITRUS *apud* Parecer N° 06180/RJ, SEAE, 2005.

6.2 – Da possibilidade de exercício de poder de mercado

Tabela 1 – Evolução da estrutura nacional do mercado de suco de laranja (%)
(Confidencial)

Empresa	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Cutrale	20-30	20-30	20-30	20-30	20-30
Fisher	0-10	0-10	10-20	0-10	10-20
Citrovita	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10
Coinbra-Frutesp	10-20	10-20	10-20	10-20	10-20
Outros	40-50	40-50	30-40	40-50	30-40
Total	100	100	100	100	100

Fonte: SEAE/Requerentes. *Inclui produção de empresas ligadas a grupos com atuação no Brasil.

Como a participação das Requerentes na oferta de SLCC no mercado nacional é superior a 20%, com variação do HHI acima de 250 pontos³¹, prosseguirei **para a próxima etapa** de análise em relação à probabilidade de **exercício de poder unilateral**.

Poder de mercado na aquisição da matéria-prima

Tabela 2 – Evolução da estrutura do mercado de compra de laranja *in natura* proveniente do Cinturão Citrícola de SP (%) – (Confidencial)

Empresa	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Cutrale	20-30	20-30	20-30	20-30	20-30
Fisher	20-30	20-30	20-30	20-30	20-30
Citrovita	10-20	20-30	20-30	20-30	10-20
Coinbra-Frutesp	10-20	10-20	10-20	10-20	10-20
Outros (Indústria)	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10
Outros (Mesa)	10-20	10-20	10-20	10-20	10-20
Total	100	100	100	100	100

Fonte: SEAE/Requerentes

Barreiras a entrada

- As barreiras à entrada, variável da estrutura, são importantes determinantes da conduta e do desempenho da indústria, já que a sua presença, no longo prazo, oportuniza a prática de preços acima do nível competitivo (CARLTON e PERLOFF, 1990).
- Elas também servem de base para a reação das firmas já estabelecidas frente à entrada de novos concorrentes, uma vez que indicam a extensão na qual as firmas já estabelecidas podem elevar seus preços de venda sem induzir a entrada de novos concorrentes na indústria (BEM, 1991).
- As barreiras à entrada citadas com maior frequência na literatura econômica são: **economias de escala, necessidades de capital, acesso aos canais de distribuição, desvantagens de custos independentes de escala, produto diferenciado e política governamental.**

Barreiras à entrada

- Alguns autores chegam a falar do conceito de barreiras à entrada estáticas e dinâmicas. As primeiras são decorrentes de condições estruturais das indústrias e dos mercados e as segundas resultam de estratégias deliberadas das empresas estabelecidas para deterem a entrada das empresas potenciais entrantes. Neste sentido, as estratégias empresariais são utilizadas como mecanismos de prevenção à entrada.
- Outros chamam a atenção para as barreiras à saída. Qualquer custo que uma empresa tenha que incorrer para deixar uma indústria é uma barreira à saída. Um exemplo bastante comum são as multas contratuais.
- Em geral, as barreiras à saída estão associadas aos custos irrecuperáveis. Estes custos estão associados quase sempre a fatores fixos tangíveis e intangíveis e específicos à empresa ou ao produto. Exemplos incluem patentes combinadas com investimentos físicos e em especialização dos recursos humanos e investimentos em propaganda e marketing.
- Em mercados nos quais os custos de capital não puderem ser facilmente repassados a terceiros devido a sua especificidade, as empresas estabelecidas estarão fadadas a permanecerem em seus mercados ou perderem todo ou quase todo o investimento inicial realizado.

7.5 Conclusão quanto à probabilidade de exercício de poder de mercado na oferta de SLCC

A análise da probabilidade de exercício de poder de mercado na oferta de SLCC revelou que a entrada, embora tecnicamente “fácil” e tempestiva, não é provável nem suficiente. Isso ocorreu porque o histórico recente do consumo de laranja no país e no mundo foi negativo, e a concorrência com outros sabores não permite concluir com segurança que a perspectiva seja positiva para os próximos anos. Dessa forma, não havendo OV disponíveis, não é razoável inferir a entrada de novos concorrentes de forma efetiva nesse mercado nos próximos anos.

A rivalidade, analisada sob o prisma da capacidade ociosa dos concorrentes, se mostrou favorável à existência de competição no mercado de SLCC. As principais concorrentes detêm capacidade ociosa elevada em relação ao mercado nacional, podendo facilmente atender a um desvio de demanda dos clientes das Requerentes decorrente de uma elevação nos preços do SLCC. Além da capacidade ociosa dos concorrentes, o poder de barganha dos engarrafadores e a concorrência com os demais sabores (que vêm conquistando participação no mercado de suco em relação ao sabor laranja) tornam improvável o exercício de poder de mercado unilateral das Requerentes na oferta de SLCC.

A conduta das empresas

- Ela pode ser expressa como sendo o comportamento que as firmas apresentam no mercado no que se refere a preços, produção, características do produto, pesquisa e desenvolvimento e propaganda. Além disso, a mesma é responsável por estabelecer um elo entre a estrutura e o desempenho.
- O segundo conceito do modelo ECD a ser apresentado é a conduta. Segundo Bem (1991), ela pode ser expressa como sendo o comportamento que as firmas apresentam no mercado no que se refere a preços, produção, características do produto, pesquisa e desenvolvimento e propaganda.
- Além disso, a mesma é responsável por estabelecer um elo entre a estrutura e o desempenho. Assim, a conduta consiste nas políticas da empresa em relação ao mercado concorrencial em que a empresa se encontra, seja esta uma política efetiva ou potencial. **É avaliando a conduta da empresa que serão demonstradas as políticas de fixação de preços e produção, bem como a fixação de padrões de qualidade e políticas de ação ou coação da empresa (BEM,1991).**

CONDUTA

- As condutas ou práticas mercadológicas completariam o núcleo básico do modelo ECD.
- Fala-se aqui nas técnicas de determinação de preços, nas estratégias de escolha de produtos e propaganda, nos gastos com pesquisa e desenvolvimento, nos acordos entre concorrentes (acordos horizontais, fusões e aquisições) e entre agentes operando em diferentes elos da cadeia produtiva (integração e restrições verticais), bem como em práticas propositalmente formuladas para fragilizar ou disciplinar concorrentes.

CONDUTA

Predição Baseada na Estrutura de Mercado

Formação de Mercado	Preços – Custo Marginal (longo prazo)
Mercados Competivos	Zero
Competição monopolística	Positivos
Monopólio	Positivos
Oligopólio	Positivos

Fonte: Adaptado de Carlton e Perloff (1994)

CONDUTA

Conduta

Propaganda
Pesquisa e Desenvolvimento
Apreçamento
Investimentos em Plantas
Táticas Legais
Escolha de Produtos
Conluio
Fusões e Contratos

As estratégias competitivas de Porter (conduta)

- Genericamente, segundo Porter (1986), podem-se utilizar como formas de competição no mercado a liderança em custo (obter uma vantagem sustentável em termos de custo sobre os demais competidores e utilizá-la como forma de vender produtos a um preço mais baixo), a diferenciação (atender a preferências dos consumidores que não possam ser satisfeitas por um bem padronizado) e o enfoque (ou nicho de mercado em que os clientes possuem preferências ou exigências únicas)

Exercício do poder de mercado

No ato de concentração em análise a questão do poder de compra emerge devido ao grande número de produtores de laranja e ao reduzido número de processadores. As requerentes são grandes processadoras de laranja *in natura* que, com a operação, passam a ter maior capacidade de negociação frente aos produtores, o que pode gerar efeitos negativos tanto no *upstream* como no *downstream*. Apenas uma análise detida do mercado pode concluir se esse aumento do poder de negociação resulta em poder de compra efetivo com prejuízos a serem evitados.

Assim, a primeira questão a ser analisada é se as empresas de fato possuem poder de compra, sendo, então, capazes de exercê-lo em relação aos produtores. Para isso as participações de mercado das Requerentes e das concorrentes na compra são avaliadas em relação ao mercado total; ou seja, se as concorrentes são capazes de absorver o desvio de oferta, caso as requerentes impusessem condições negociais desvantajosas para os produtores. Apenas após a verificação da existência de condições de exercer o poder de compra⁷⁵ por parte das Requerentes, passa-se à análise da existência de incentivos para que a empresa, de fato, o exerça. Havendo esses incentivos, avalia-se se eles são reforçados com a operação.

Concluindo-se pela existência de incentivos ao exercício de poder de monopólio e havendo nexo de causalidade entre este poder e a operação, deve ser realizada a análise da probabilidade de exercício de poder de mercado pelas requerentes, mas com foco nos efeitos no mercado *upstream* (compra de laranja *in natura*)⁷⁶⁷⁷.

Análise do exercício de poder de mercado

Embora haja justificativas econômicas para a manutenção de estoques ao longo do ano, tais estoques representam, de fato, mais um elemento que reforça o poder de barganha junto aos produtores, reforço esse que depende do nível estocado. Isso ocorre porque as Requerentes podem retardar a compra da laranja *in natura* de forma a conseguir preços de compra mais baixos. Esse adiamento é tanto maior quanto mais elevado forem os níveis dos estoques. Como revela a tabela 3, os estoques da Fisher nos últimos 5 anos variaram de (**confidencial**) a (**confidencial**) da sua produção total, enquanto os estoques da Citrovida variaram de (**confidencial**) a (**confidencial**) da sua produção anual. A questão aqui é, mais uma vez, se existem incentivos para a indústria empregar esses elevados estoques contra os citricultores⁹², o que será analisado em tópico mais adiante.

Exercício do Poder de Mercado

As Requerentes afirmam que a verticalização em direção à produção de laranja enseja elevados custos de capital imobilizado e demanda custos de gerenciamento da atividade agrícola que também são significativos. Apesar disso, *apontam como uma das justificativas para a verticalização de forma parcial a redução da dependência da firma junto aos produtores*¹²⁸, o que vem ao encontro da preocupação concorrencial aqui exposta.

Não haveria problemas se esse processo ocorresse de forma natural: a redução dos preços fosse decorrente do aumento da oferta do insumo em relação à demanda existente. O equilíbrio entre a oferta e a demanda de laranja ao longo do tempo determinaria a permanência e a saída de citricultores e de processadoras do setor. O problema é quando a redução dos preços de compra ocorre de forma artificial, decorrente de abuso de poder de mercado unilateral ou coordenação dos preços entre concorrentes, resultando em prejuízos ao produtor no *upstream* e ao consumidor final no *downstream*.

Exercício do Poder de Mercado

A entrada de novos processadores poderia minimizar tais efeitos, pois a redução do preço de compra e, assim, o aumento da renda extraída pelas empresas poderia atrair novos agentes na indústria. Isso ampliaria o número de compradores, aumentando as opções para os produtores.

Dado que o (relativo) poder de compra das empresas aliado ao processo de verticalização pode trazer prejuízos ao produtor, prossegue-se para a análise dos possíveis efeitos sobre o consumidor. Embora a concentração no mercado de SLCC não resulte em prejuízos ao consumidor, um prejuízo ao produtor derivado do abuso de poder de compra pode trazer efeitos negativos para aqueles, mesmo que no médio ou longo prazo.

Políticas públicas

- Finalmente, completa o esquema ECD a consideração das políticas públicas que, direta ou indiretamente interferem no livre funcionamento do mercado.
- Entre elas pode-se destacar o impacto das políticas macroeconômicas, de incentivos ao investimento, educação ou emprego, bem como dos impostos e subsídios e barreiras ao comércio internacional. Especialmente afetas à OI, as políticas públicas de defesa da concorrência, de regulação de monopólios naturais e mesmo a política industrial parecem visar propositalmente à obtenção de ganhos de desempenho industrial considerados desejáveis socialmente.
- Ainda que o tema da conveniência de Políticas Industriais esteja sujeito a profundas controvérsias, é tarefa da OI iluminar a questão para, com critérios científicos e quando possível, permitir uma avaliação mais detalhada de sua conveniência e limites.

O papel das políticas e da regulação públicas

- Se o mercado natural falha em organizar a indústria, conduzindo-a a um desempenho não eficiente, então, o governo precisa
- intervir. Sua intervenção pode se dirigir às variáveis da estrutura e/ou da conduta
- O arsenal de instrumentos de política e de regulação é bastante amplo.
- Custos, investimentos e preços podem ser influenciados por taxas ou subsídios.
- A estrutura de mercado pode ser influenciada pelo estabelecimento de tarifas de comércio, quotas de importação e outras políticas voltadas para o comércio internacional ou atração de investimentos externos diretos.

O papel das políticas e da regulação públicas

- As políticas antitrustes ou as políticas que incentivam a concorrência, bem como as políticas ambientais são estratégias mais recentes e cada vez mais valorizadas como guias de bom desempenho industrial e formas indiretas ou passivas de intervir no mercado.
- Em casos extremos o governo também pode decidir por prover, ele mesmo, por meio da produção pública, bens e serviços.
- Alternativa é criar empresas públicas com funções reguladoras de custos, preços e padrões de qualidade capazes de emular uma concorrência entre os rivais privados que elevem o desempenho geral da indústria.
- Como já desenvolvido anteriormente, a intensidade da intervenção praticada pelos governos varia em sentido inverso ao grau de bom funcionamento do mercado.
- Assim, em períodos nos quais o desempenho industrial se mostra pior, crescem as políticas intervencionistas. Há também diferenças importantes entre os países líderes na crença sobre a capacidade de o mercado natural organizar o desempenho industrial de forma eficiente. Os Estados Unidos, por exemplo, sempre foram crédulos, ao passo que a Europa e o Japão têm sido bem mais céticos.

O papel das políticas e da regulação públicas

- Enfim, a questão da regulação é extremamente complexa. Encontrar o ponto certo entre regular ou desregular é um desafio
- permanente. Entretanto, não regular pode significar deixar que o funcionamento do mercado natural, muitas vezes inadequado,
- distorça os resultados desejados pela sociedade do desempenho industrial.
- A legislação antitruste, também conhecida como “defesa da concorrência”, é uma forma específica de regulação. As principais
- diferenças em relação a outros tipos de regulação são o caráter episódico da regulação antitruste e o escopo mais bem definido
- das intervenções. Entre as principais intervenções estão: proibição de contratos, combinações e conspirações para restringirem
- o comércio; proibição de monopolização; proibição de discriminação de preços; e, em nível multinacional, o Tratado de Roma,
- de 1957, contém uma política de competição explícita

Desempenho

- A ideia básica do Modelo ECD consiste, portanto, em identificar que variáveis ou conjunto de atributos são capazes de explicar as diferenças de desempenho observadas a partir do monitoramento das indústrias.
- As condutas das empresas são diferenciadas e motivadas, principalmente, pelo tipo de estrutura da indústria.
- A estrutura da indústria, por sua vez, depende de certo número de condições básicas que são de naturezas bastante diversas: técnicas, institucionais e relevância da demanda.

Desempenho

- Pressupõe-se que o desempenho em indústrias ou mercados particulares seja dependente da conduta ou das estratégias dos vendedores (produtores) e dos compradores (consumidores) em diferentes assuntos, como a política e a prática de preços, cooperação explícita ou tácita entre as empresas, estratégias de linhas de produtos e propaganda, esforços de pesquisa e desenvolvimento (P&D), investimento em plantas produtivas, táticas legais (como, por exemplo, *enforcement* dos direitos de patentes), e assim por diante.
- A conduta, por sua vez, depende da estrutura do mercado relevante,² caracterizada pelo número e tamanho dos vendedores e compradores, o grau da diferenciação física ou subjetiva dos produtos e serviços, da presença ou ausência de barreiras à entrada de novas empresas, do formato das curvas de custo, do grau de integração vertical das empresas e da extensão de diversificação das empresas para outros mercados.

Desempenho

Desempenho

Preço

Eficiência Produtiva

Eficiência Alocativa

Equidade

Qualidade dos Produtos

Progresso Tecnológico

Lucros

Desempenho das empresas

- Os resultados obtidos pelas empresas da indústria integram o desempenho. Segundo Scherer e Ross (1990), o mesmo é conseqüência da conduta ou do comportamento da empresa. **Refere-se aos resultados finais atingidos pelas empresas em função da estrutura e da conduta no mercado onde atuam.**
- A **lucratividade** é muitas vezes relacionada ao grau de concentração. Contudo, esta afirmação pode ser difícil de ser comprovada, porque muitas vezes o lucro pode ser resultado de outras fontes, tais como mudanças inesperadas na relação entre a demanda e os custos. Apesar disto, quando os lucros excessivos são mantidos por um longo período de tempo, eles só podem ser explicados pela existência de poder de mercado oligopolista, que assegura lucros persistentes

Economia Industrial (D kupfer)

QUADRO 4.3 CONCORRÊNCIA PERFEITA (MERCADO 1) E OLIGOPÓLIO (MERCADO 2) NA VISÃO ESTÁTICA E TRADICIONAL DO MODELO ECD

COMPARAÇÃO DE DOIS CASOS POSSÍVEIS

	MERCADO 1 (concorrência perfeita)	MERCADO 2 (oligopólio)
Características estruturais	<ul style="list-style-type: none">Muitos vendedores e compradoresProduto homogêneoAusência de barreiras à entrada	<ul style="list-style-type: none">Poucas firmas com concentração possível de compradoresProduto bastante diferenciadoExistência de barreiras à entrada (e à saída)
Desempenho	<ul style="list-style-type: none">Ausência de lucros extraordináriosAlocação ótima dos fatoresAusência de inovação	<ul style="list-style-type: none">Existência de lucros extraordináriosAlocação não ótima dos fatoresInovação provável

Fonte: Adaptado de Morvan (1991), p. 33. Fonte: Adaptado de Morvan (1991), p. 10.

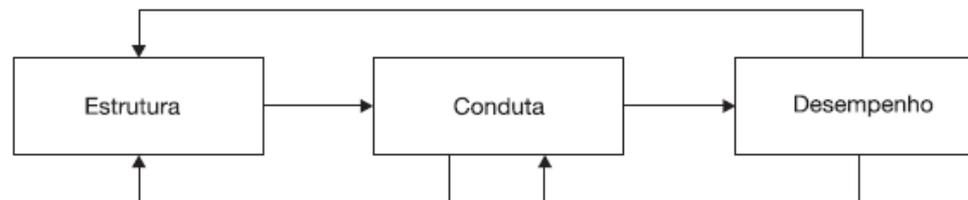


Figura 4.2 A abordagem dinâmica e alternativa do Modelo ECD

Exemplo: Moinho de Trigo

- Estrutura:
 - O Cr4, que determina a participação de mercado das quatro maiores empresas em relação ao faturamento, passou de 50,23% em 2001 para 34,46% em 2006. O HH, que leva em consideração a totalidade de empresas e foi calculado com base no número de empregados, caiu de 1.040,99 em 2001 para 526,69 em 2006. A queda na concentração indica que há um aumento da concorrência no setor.
 - Entretanto, foram identificadas algumas barreiras à entrada na indústria que podem limitá-la, como o elevado investimento inicial, que está associado à escala mínima de produção de uma planta competitiva. A economia de escala gerada pela grande produção (redução do custo de moagem) explica a dificuldade porque passam os moinhos do Rio Grande do Sul, pois são pequenos e médios, e não conseguem acompanhar os investimentos necessários para permitir ganhos de escala e atingir novos segmentos de mercado.

Exemplo: Moinho de Trigo

- Conduta
 - A conduta das empresas analisadas pode ser justificada pelas características estruturais da indústria. Os gastos em P&D ainda são baixos (em média, 0,5% do faturamento) e ocorrem em 27,27% das empresas.
 - Em relação às estratégias competitivas de Porter (1980)/Mintzberg (1988), constatou-se que predomina a produção com custos mais baixos de Porter e a qualidade do produto de Mintzberg.

Exemplo: Moinho de Trigo

- Desempenho
 - Os esforços estratégicos das empresas, como redução de custos e qualidade do produto, não estão sendo suficientes para melhorar o desempenho da indústria, uma vez que a lucratividade está em queda e os preços da farinha de trigo seguem a mesma tendência.
 - Portanto, os resultados sugerem que as empresas para melhorar a competitividade devem reavaliar as suas condutas e buscar outras estratégias, já que atualmente as praticadas não são mais vistas como de diferenciação dos produtos.

Limitações da ECD

- Apesar de útil para a organização de temas, o esquema ECD mostrou-se frágil em função da complexidade das relações entre as suas diferentes componentes.
- Parece razoável supor que as condições estruturais de mercado condicionam as condutas empresariais que, por sua vez, condicionam o desempenho de uma indústria.
- Ocorre que o desempenho industrial também pode interferir nas condutas e na reestruturação da indústria, eventualmente afetando até as condições básicas e as políticas públicas.
- Efetivamente, as relações envolvidas entre os blocos não parecem ser unidirecionais e nem estáveis no decorrer do tempo ou entre diferentes indústrias, o que limita sobremaneira o potencial explicativo e preditivo desta abordagem, como já se havia adiantado.

OI X Micro x ECT

- Mesmo sendo uma área em que a aplicação da Economia exige adaptações casuísticas, a moderna OI encontra amparo e não desconsidera os conhecimentos da Teoria dos Preços tradicional.
- Há temas microeconômicos específicos que, inclusive, têm sido desenvolvidos com base nas necessidades e preocupações da OI, representando componentes importantes da caixa de ferramentas do profissional de ambas as disciplinas

Três importantes agregações no estudo da OI

Teoria dos
Custos de
Transação

Teoria dos Jogos

Teoria dos
Mercados
Contestáveis

MODERNA OI X TEORIA DOS JOGOS

- Os jogos cooperativos são usados modernamente para explicar a existência de conluíus e cartéis, e jogos não cooperativos de variadíssimas configurações aparecem como grande auxílio à compreensão de práticas de mercado, lícitas e ilícitas, observadas na realidade.
- Os agentes econômicos têm mostrado grande engenhosidade na condução de seus negócios de mercado, frequentemente incorporando em suas táticas e estratégias as ações e reações esperadas de seus concorrentes e do próprio governo.
- Ainda que estes jogos possam assumir alta complexidade e sofisticação, a Teoria dos Jogos tem se revelado instrumento útil para a compreensão científica das condutas destes agentes, fazendo hoje parte inseparável da moderna OI.

Mercados Contestáveis

- Como se poderá perceber no decorrer deste livro, o estudo das barreiras à entrada e saída nos mercados parece contribuir muito à compreensão dos processos competitivos.
- Efetivamente, quando os obstáculos ao ingresso em determinado mercado - neles incluídos os custos esperados de uma eventual reversão dos investimentos realizados - são baixos, diz-se que este mercado é altamente contestável.
- Diversos trabalhos mostram que a alta contestabilidade parece disciplinar as condutas das firmas que efetivamente participam do mercado, posto que a tentativa de elevar preços ou reduzir as quantidades ofertadas pode ser rapidamente combatida pela entrada de novos concorrentes, os “concorrentes potenciais”.
- A Teoria dos Mercados Contestáveis, que explica e detalha este argumento, é outra componente básica da moderna OI;

MERCADO CONTESTÁVEL

- Mais recentemente, o conceito de competição foi ampliado com a noção de “mercado contestável”. Em mercados nos quais a entrada e a saída de empresas não são dificultadas, ainda que as condições de homogeneidade dos produtos e número de produtores não sejam compatíveis com as condições de concorrência perfeita, há potencial para a competição.
- Dessa forma, nasceu o conceito de “competição potencial”.

Capítulo 1 e 3 : Modelos Tradicionais de Concorrência e Economia de Escala e Escopo

QUADRO 1.1 AS HIPÓTESES BÁSICAS DO MODELO DE COMPETIÇÃO PERFEITA

H1: grande número de empresas

H2: produto homogêneo

H3: livre entrada e saída de empresas

H4: maximização de lucros

H5: livre circulação da informação

H6: perfeita mobilidade dos fatores

Equilíbrio: competição perfeita

O funcionamento do mercado de competição perfeita conduz para a alocação ótima de recursos. Esse estado é atingido no longo prazo quando prevalecem as seguintes condições:

1. A quantidade de produto é realizada no nível de custo médio mínimo.
2. Os consumidores pagam o preço mínimo, igual ao custo médio mínimo, que cobre o custo marginal do produto, isto é, preço igual ao custo de oportunidade.
3. As plantas estão operando com plena capacidade no longo prazo, portanto não existe desperdício de recursos.
4. As empresas ganham lucros normais.

No longo prazo, essas condições ocorrem em todos os mercados e os recursos estão otimamente alocados na economia como um todo. Se por simplicidade presume-se que apenas duas mercadorias são produzidas na economia, a curva de possibilidade de produção representa a dotação dada de recursos da economia. As preferências dos consumidores na economia podem ser representadas pela curva de indiferença da sociedade. Dada a curva de possibilidade de produção e as preferências dos consumidores, a competição perfeita levará para a alocação ótima de recursos sob as condições descritas a seguir.

1. Se a soberania dos consumidores, expressa pelo sistema de preços, funcionando sem qualquer intervenção governamental, refletir o correto posicionamento das preferências dos consumidores.
2. Se não existem economias de escala em nenhuma indústria.⁵
3. Se os recursos e a tecnologia são dados, não existem crescimento e progresso técnico na economia.

Nessas condições a economia está usando todos os recursos disponíveis e os consumidores alcançam o mais alto bem-estar possível.

FOCO: EXCEDENTE DO PRODUTOR

Monopólio

QUADRO 1.4 HIPÓTESES BÁSICAS DO MODELO DE MONOPÓLIO

- H: um único produtor
- H2: produto sem substitutos próximos
- H3: barreiras à entrada
- H4: maximização de lucros

1.3.3 A INEFICIÊNCIA DO MONOPÓLIO

As empresas na indústria que operam em competição perfeita maximizam o lucro no ponto em que o preço é igual ao custo marginal ($p = RMg = CMg$). O monopólio maximiza o lucro quando a receita marginal é igual ao custo marginal ($RMg = CMg$). O preço será mais alto e a produção será menor no monopólio do que em competição perfeita. Portanto, o consumidor estará sempre em condições de bem-estar inferiores às da competição perfeita. É por isso que o modelo de competição perfeita é considerado o padrão de comparação para aferir a eficiência dos outros modelos competitivos.

$p_m = CMg / (1 - 1/\epsilon_d)$ e o preço de concorrência $p_c = CMg$.

Essa diferença entre p_m e p_c é considerada a ineficiência do monopólio. A produção é considerada eficiente quando o consumidor paga por uma unidade extra do produto exatamente o custo de produzi-la. O monopolista estaria disposto a vender uma unidade adicional a um preço mais baixo, se não fosse preciso diminuir o preço de todas as unidades que estivessem à venda. Para isso ele vai adotar uma política de discriminação de preços que analisaremos na próxima seção deste capítulo.

O ônus do monopólio é uma forma de medir a sua ineficiência. Nós já analisamos como medir o excedente do consumidor e do

Discriminação de preços (monopólio)

A discriminação de preços vai depender da renda dos consumidores, das suas preferências, da localização e da facilidade de encontrar substitutos para o produto. O monopolista vai procurar segmentar a sua curva de demanda, em diferentes elasticidades, para criar mercados distintos para o seu produto.

3^o grau: o monopolista vende o produto para diferentes compradores por preços diferentes, mas cada unidade vendida para um grupo de compradores é vendida ao mesmo preço. Essa é a forma mais comum de discriminação de preços que se aplica bastante nos descontos para idosos, estudantes, ou as diferentes classes de tarifas aéreas.

1.4 Competição Monopolística

1.4.1 ANTECEDENTES

A insatisfação com os modelos de concorrência existentes na teoria econômica, competição perfeita e monopólio, resultou na elaboração de um modelo alternativo que incorporasse algumas das críticas que vinham sendo feitas. Podemos citar, a seguir, as principais críticas da época, em especial referidas ao modelo de competição perfeita formuladas por Piero Sraffa, em seu famoso artigo de 1926, “As leis dos rendimentos sob condições de concorrência”.

- Não explicava vários fatos do mundo real.
- A hipótese de produto homogêneo não se adequava ao padrão de competição dominante nos mercados, onde a propaganda e outras técnicas de venda prevaleciam como instrumentos fundamentais para criar a fidelidade do consumidor.
- As empresas expandiam sua produção com custos decrescentes (retornos de escala crescentes), como era a previsão do modelo de competição perfeita, sem se tornar grandes empresas e ganhar poder de mercado.

Os modelos que surgiram para confrontar esse desafio teórico procuraram conciliar o poder de mercado das empresas com a hipótese de lucro econômico zero no longo prazo. Esta estrutura de mercado deveria combinar atributos do monopólio e da competição perfeita.

1.4.2 O MODELO

A definição dessa estrutura de mercado afirma que em uma indústria em competição monopolística existe livre entrada e as empresas se deparam com uma curva de demanda negativamente inclinada, e não horizontal como no caso da competição perfeita. Se as empresas entram na indústria toda vez que houver lucros positivos, cada empresa estará em equilíbrio a longo prazo, como em competição perfeita. Se as empresas se deparam com uma curva de demanda residual negativamente inclinada, elas têm poder de mercado.

O conceito-chave da competição monopolística é a diferenciação de produtos. A diferenciação de produtos pode surgir a partir de duas características. A primeira porque os consumidores pensam que um produto é diferente dos demais. A segunda porque os consumidores preferem os produtos que possuem características ou atributos diferenciados e estão dispostos a pagar um prêmio para comprar esses produtos. No primeiro caso, a propaganda e as técnicas de vendas desempenham um papel importante. No segundo, características como a localização geográfica ou aspectos técnicos e de qualidade dos produtos fazem a diferença.

Existem quatro fontes principais de economias de escala reais:

1. Ganhos de especialização

A redução dos $CMeLP$ com o aumento da produção pode ser primeiramente explicada pelos ganhos de especialização. Essa fonte, que se observa no nível do produto, é uma das mais tradicionais, tendo sido ressaltada como ponto central por Adam Smith em seu importante trabalho *A Riqueza das Nações*, de 1776. Com uma maior quantidade de produto, maior poderá ser a divisão do trabalho, e mais os trabalhadores e máquinas poderão se especializar. Os trabalhadores adquirirão, pois, maior habilidade em suas funções e, com máquinas especializadas, maior será a sua produtividade, gerando, por conseguinte, menores custos. O Quadro 3.3 disposto a seguir nos traz exemplos a respeito dos ganhos de especialização produtiva e sua relação com comportamento do $CMeLP$.

2. Indivisibilidade técnica

A segunda fonte de economia de escala se relaciona com o tamanho dos equipamentos industriais, sendo, portanto, observável no nível da planta produtiva. Muito embora seja possível aumentar a quantidade do fator K , não é viável dividi-lo, uma vez que suas unidades estão definidas discretamente. Desse modo, como nem sempre é possível comprar equipamentos com um tamanho exato para produzir a quantidade de produto exatamente necessária, possíveis subutilizações do equipamento podem servir para uma futura expansão produtiva. Dessa forma, haveria, então, uma expansão produtiva a taxas constantes, ocasionando, portanto, CMe decrescentes. Assim, para cada tamanho de equipamento industrial é provável encontrar retornos crescentes decorrentes da maior utilização deste equipamento até o esgotamento de sua capacidade.

3. Economias geométricas

A terceira fonte de economia de escala é também relacionada com o tamanho do equipamento industrial, sendo, portanto, observado também no nível da planta produtiva. Essa fonte diz respeito às propriedades geométricas da unidade processadora. Em casos como das indústrias de processo químico e metalúrgico (como, por exemplo, o refino de petróleo, cimento, indústria química e geração de energia elétrica), a mais importante fonte de economias de escala no nível planta específico decorre da expansão do tamanho individual das unidades processadoras. O produto dessas unidades tende a ser proporcional ao volume da unidade, ao passo que o custo associado à produção é proporcional à área da superfície das unidades processadoras.⁵

Existem quatro fontes principais de economias de escala reais:

4. Economias relacionadas à lei dos grandes números

Uma outra relevante fonte de economia de escala, que se apresenta no nível da planta, está associada à lei dos grandes números: quanto maior for o tamanho da planta produtiva, sendo, portanto, maior o número de máquinas utilizadas, proporcionalmente menores deverão ser, por exemplo, o *staff* de manutenção e o número de peças de reposição necessário. Ou seja, a equipe e os materiais utilizados para reposição e conserto de peças destinados a manter qualquer nível de atividade produtiva diante da possibilidade de problemas técnicos cresce menos do que proporcionalmente em relação ao número de máquinas em operação.

Por exemplo, uma empresa pequena que utiliza apenas uma única máquina deverá manter duas máquinas para se precaver de possíveis defeitos. Uma empresa maior que utiliza um grande número de máquinas deve manter, como capacidade de reserva, apenas uma proporção das máquinas utilizadas. De forma análoga, o número de trabalhadores necessário para a realização de reparos não cresce proporcionalmente com o tamanho da escala.

Na prática, é possível identificar três fontes de economias de escopo, conforme descrito a seguir.

1. Existência de fatores comuns

A primeira fonte de economia de escopo é verificada quando, para a produção de um bem, é necessária a aquisição de um fator de produção comum, isto é, que se adquire uma única vez. Uma vez que tal fator tenha sido comprado, sua posterior utilização na produção de outro bem é praticamente gratuita.

Como exemplo, podemos citar a compra, por uma empresa, de um gerador de eletricidade para permitir que os picos de demanda por energia para a produção de um determinado bem sejam atendidos. Nesse caso, a produção de mais de um bem não demandará um novo gerador. De fato, a diversificação da produção implicará a redução do custo médio de cada produto, dado que a capacidade de geração de energia já foi instalada.

2. Existência de reserva de capacidade

A segunda fonte de economia de escopo ocorre quando um insumo (ou alguns insumos) pode(m) ser compartilhado(s) para produzir vários produtos em função de seu processo produtivo. Se existe capacidade ociosa⁶ na planta instalada para a produção da principal linha de produto, a empresa tem um incentivo para procurar outros produtos que possam utilizar a reserva de capacidade. Esse tipo de economia de escopo se diferencia da anterior, já que a capacidade utilizada para a produção de um determinado bem não pode ser compartilhada para a produção de um outro, diferentemente do bem comum adquirido, como visto anteriormente. Somente a capacidade ociosa pode ser usada na produção de um bem que tenha um processo produtivo relativamente similar ao principal produto da empresa. Assim, esse tipo de economia de escopo estaria associado a uma das fontes de economias de escala reais, seja qual for a propriedade de indivisibilidade técnica anteriormente descrita. Vale ressaltar ainda que o entendimento da existência de capacidade ociosa como um tipo de economia de escopo requer o exame das condições de mercado bem como dos custos de produção.

3. Complementaridades tecnológicas e comerciais

A terceira fonte de economias de escopo surge de complementaridades tecnológicas e comerciais na produção de alguns bens, constituindo-se na fonte mais importante em termos de desdobramentos econômicos. Esse tipo de economia de escopo

Deseconomia de escala

- Como visto anteriormente, é claro o fato de que as economias de escala existem e que o *CMeLP* cai com o aumento do volume produzido, do tamanho da planta (e/ou equipamentos), das operações multiplantas e multiprodutos das empresas.
- Entretanto, existem também razões para acreditar que o *CMeLP* não se reduz indefinidamente, existindo, portanto, deseconomias de escala a partir de um determinado volume de produção.

Deseconomia de escala

1. Custos de transporte

O custo de entrega do produto (ou o custo de levar os consumidores até o local onde o serviço/produto será oferecido) pode limitar as economias de escala no nível de uma única planta produtiva (ou no nível de um complexo de plantas), na medida em que quanto maior o nível de produto, maior deverá ser a venda e, portanto, maior a necessidade de alcançar consumidores. Isso leva ao crescimento dos custos de transporte por unidade vendida, e a magnitude desse crescimento depende da influência de alguns fatores adicionais. Dentre eles, destacamos três: o primeiro diz respeito ao tamanho da planta produtiva em relação ao tamanho do mercado. No caso de a oferta da planta representar apenas uma pequena parcela da demanda, será possível que esta planta aumente suas vendas sem necessariamente expandir seus custos de transporte. O segundo dos fatores tem a ver com a natureza do sistema de preços. Os custos de transporte absorvidos por uma empresa aumentam com o nível de produto quando os preços são uniformes em todos os mercados onde ela opera, ou então quando o preço num mercado mais distante é estabelecido por um concorrente local que possua melhores condições competitivas. O terceiro fator diz respeito à possibilidade de a empresa transferir os custos de transporte para os consumidores. Se isso ocorre, os custos de transporte crescem lentamente com o nível de produto.

A combinação desses fatores resulta, em geral, em custos médios de transporte ($CMeT$) crescentes.

2. Deseconomias gerenciais

Como havíamos visto no início do capítulo, a teoria tradicional da empresa fornece argumentos de que as deseconomias gerenciais constituiriam o fator responsável pela elevação dos $CMeLP$ logo após a exaustão das economias de escala, o que explicaria a curva em formato de U. De acordo com a teoria tradicional da empresa, isso se explicaria porque após um determinado ponto um aumento na equipe de gerência acarretaria aumento menos que proporcional na produção, o que causaria, então, o crescimento dos custos por unidade produzida no longo prazo. Esse decréscimo na eficiência gerencial poderia ser explicado primeiramente pelo fato de que após a empresa ter ultrapassado um tamanho ótimo, a equipe de gerência perderia o controle sobre o processo de decisão.

Em segundo lugar, a queda na eficiência gerencial seria decorrente da maior incerteza inerente ao comportamento da demanda e do processo de competição enfrentado pela empresa de grande porte.

Esses argumentos utilizados pela teoria tradicional para explicar que as deseconomias gerenciais seriam as responsáveis pelo crescimento do $CMeLP$ foram aos poucos sendo contestados. Alguns autores procuraram demonstrar que a elevação da escala da planta produtiva não é necessariamente acompanhada por uma ineficiência gerencial. A descentralização do processo de tomada de decisão, a mecanização de várias funções gerenciais, o sistema de relatórios regulares entre os vários níveis hierárquicos, o uso de computadores e similares para o processamento de informação, tenderiam a amenizar as deficiências de uma complexa organização, de modo que as deseconomias gerenciais não seriam um problema no mundo industrial moderno. Ademais, o surgimento da empresa multidivisional (ver o Capítulo 2) como uma inovação organizacional também teria contribuído para “adiar” o ponto em que as deseconomias se manifestariam.

6. Diferenciação de Produtos

Na prática, dificilmente as mercadorias que competem entre si são idênticas. Quando vamos a um supermercado, nos deparamos com produtos similares, mas não idênticos, que apresentam preços distintos. Contrariando o modelo de concorrência perfeita, muitas vezes os consumidores se dispõem a pagar preços superiores. Por exemplo, preferem abastecer o carro em postos de gasolina próximos à sua residência ou consumir seu refrigerante preferido, mesmo que seus preços sejam mais elevados.

O que explica esse comportamento é a diferenciação do produto. Os produtos são diferenciados segundo diversos aspectos como: local da oferta, qualidade do produto ou percepção da marca. Rigorosamente, basta que os consumidores percebam os produtos como diferentes, isto é, que tenham preferências subjetivas distintas, para ocorrer diferenciação de produto. Muitos produtos que apresentam características físicas idênticas são percebidos como diferentes pelos consumidores em função da marca. As empresas orientam parte relevante de seus recursos para consolidarem as marcas perante os consumidores.

Como os produtos diferenciados são substitutos imperfeitos, uma empresa pode fixar preços acima das demais e realizar vendas. Incorporar a diferenciação do produto como uma estratégia possível torna-se importante, na medida em que a maior parte das empresas produz uma grande variedade de bens/serviços e que uma grande parte das empresas que utilizam a diferenciação como uma estratégia de mercado tem algum poder de mercado. Dessa forma, empresas que atuam em mercados onde os produtos são diferenciados se defrontam com uma demanda residual inclinada,¹ havendo espaço para *fixação de preços*.

6.2 Fatores e Tipos de Diferenciação

Como a diferenciação de produtos decorre de fatores subjetivos, qualquer listagem das possibilidades de diferenciação é incompleta. Em linhas gerais, os produtos são diferenciados conforme os seguintes atributos: especificações técnicas; desempenho ou confiabilidade; durabilidade; ergonomia e *design*; estética; custo de utilização do produto; imagem e marca; formas de comercialização; assistência técnica e suporte ao usuário; financiamento aos usuários.

É importante destacar que há setores que apresentam uma *vocação* maior para a diferenciação, condicionada às carac-

6. Diferenciação Vertical e Horizontal

diferenciação é considerada vertical quando a utilidade de todos os consumidores aumenta quando o nível de uma característica do produto é aumentado. Normalmente, em mercados onde os produtos são verticalmente diferenciados, os diferenciais de preços são elevados. A diferenciação vertical de produto ocorre, por exemplo, entre dois carros do mesmo modelo, mas um com maior potência e conforto do que o outro. Ou seja, todos os consumidores se beneficiam quando o conforto de um carro é aumentado.

A diferenciação horizontal ocorre quando os produtos não podem ser considerados melhores ou piores, ou seja, não se pode ordenar a qualidade dos produtos. Isso ocorre porque, em situações de preços iguais, nem todos os consumidores escolhem a mesma variedade. A escolha irá depender do “gosto” do consumidor. Novamente, segundo uma definição estrita, a diferenciação é considerada horizontal quando a modificação em um atributo do produto causa aumento na utilidade de alguns consumidores e diminuição na de outros. Um exemplo de diferenciação horizontal é a cor de carros, alguns consumidores preferem carros pretos e outros, carros brancos. Normalmente, em situações de diferenciação horizontal, os preços das variedades são bastante próximos. Ainda que existam modelos que abordem a diferenciação vertical, os modelos mais conhecidos, que são apresentados neste capítulo, tratam da diferenciação horizontal.

6. Diferenciação de Produtos

6.3 Modelos de Competição Monopolística

Os modelos de concorrência monopolística, como o nome sugere, combinam elementos de situações de monopólio e de concorrência perfeita. Assim como no monopólio, as empresas não são consideradas tomadoras de preços. Ou seja, há espaço para a empresa decidir o preço cobrado, já que ela se defronta com uma curva de demanda residual negativamente inclinada, o que indica um poder de monopólio.

Por outro lado, as empresas estão sujeitas à concorrência de empresas que oferecem produtos substitutos próximos. Como a entrada é considerada livre nesses modelos, o resultado é um lucro econômico nulo, já que a ocorrência de lucros positivos atrai novas empresas até que este se iguale a zero novamente.

O modelo do consumidor representativo foi desenvolvido por Edward Chamberlin em 1933, o primeiro que incorpora a diferenciação de produto, e por isso é considerado uma das principais origens da Economia Industrial. Excetuando as hipóteses referentes à diferenciação de produto, as demais hipóteses utilizadas no modelo são as mesmas da concorrência perfeita apresentadas no Capítulo 1. A diferenciação do produto é considerada segundo duas hipóteses: os produtos são substitutos próximos e, apesar de produtos diferentes, a demanda e os custos são uniformes entre as empresas.

A hipótese de entrada livre na indústria também é incoerente com a possibilidade de diferenciação de produtos. A diferenciação é um fator que gera barreiras à entrada, já que as empresas entrantes têm de realizar gastos substanciais com esforços de venda para reverter a preferência do consumidor por produtos de empresas já estabelecidas, como será visto no Capítulo 7.

7. Barreiras Estruturais à Entrada

A partir do trabalho pioneiro de Joe S. Bain nas décadas de 1940 e 1950, ganhou corpo nas teorias de Economia Industrial a ideia de que o principal fator na determinação dos preços e da lucratividade em uma indústria está relacionado à facilidade ou à dificuldade que as empresas estabelecidas encontram para impedir a entrada de novas empresas, isto é, a existência ou não de barreiras à entrada na indústria.

Neste capítulo iremos nos concentrar no enfoque estrutural das barreiras à entrada, também conhecidas como barreiras à entrada estáticas ou exógenas.¹ Como veremos, são barreiras à entrada que decorrem exclusivamente da relação preço-custo médio de longo prazo predominante na indústria. Outros enfoques, baseados em análises dos comportamentos ativos ou reativos das empresas no que se refere às escolhas de preços e quantidades, as chamadas barreiras à entrada estratégicas, endógenas ou também prevenção de entrada, serão abordados no Capítulo 12.

7. Barreiras Estruturais à Entrada

limitada a cada mercado, isto é, a concorrência em função do número e do tamanho relativo das diversas empresas que formam cada indústria. A essa noção de concorrência – chamada concorrência real – opõe-se a noção de concorrência potencial. Concorrência potencial relaciona-se à competição por lucros entre empresas já estabelecidas em uma determinada indústria e novas empresas interessadas em iniciar operação nessa mesma indústria – as empresas entrantes (ou empresas potenciais).

A ênfase na concorrência potencial é, de fato, típica do pensamento econômico clássico. Para essa corrente, se uma indústria apresenta lucros elevados, é de se esperar que novas empresas venham a se estabelecer nessa indústria buscando compartilhar esses lucros extraordinários. Simetricamente, se uma indústria apresenta desempenho deficitário, algumas empresas desejarão encerrar as atividades e transferir-se para indústrias mais atraentes. Nos setores superavitários, aumento da oferta, conseqüente à adição de capacidade, reduz preços e contrai lucros, ao passo que, nos setores deficitários, a redução da oferta, conseqüente à saída de empresas, contrai a oferta e eleva os lucros. A migração intersetorial dos capitais cessaria apenas quando as taxas de lucros se igualassem em todas as indústrias.

Como resultado, a concorrência é vista como um processo dinâmico, caracterizado por livre entrada e saída de capitais da indústria e, considerando a economia como um todo, pela tendência à igualação da taxa de lucro. A mobilidade interindustrial dos capitais é a força econômica determinante da dinâmica dos mercados e, portanto, são as interações entre empresas no processo econômico como um todo que devem ser a base para a teoria geral de preços e da produção.

Nessa visão, uma indústria somente poderia apresentar lucratividade superior à média por um certo período de tempo – o tempo necessário para que uma decisão de construir capacidade se materialize. Conseqüentemente, se uma indústria apresenta lucros extraordinários permanentes, alguma restrição à mobilidade do capital existe. Dizemos então que existem barreiras à entrada nessa indústria.

7. Barreiras Estruturais à Entrada

ao longo prazo e a concorrência potencial como bases teóricas para o conceito. Qualquer fator que impeça a livre mobilidade do capital para uma indústria no longo prazo e, conseqüentemente, torne possível a existência de lucros supranormais permanentes nessa indústria, constitui barreira à entrada.

Entretanto, quando se busca uma definição mais operacional, a convergência já não é tão nítida. É possível, no entanto, reunir as definições mais amplamente utilizadas sobre barreiras à entrada em quatro grupos.

No primeiro grupo está a definição atribuída a Joe S. Bain, pioneiro e principal formulador teórico dessa corrente. Barreira à entrada corresponde a qualquer condição estrutural que permita que empresas já estabelecidas em uma indústria possam praticar preços superiores ao competitivo sem atrair novos capitais. Em termos práticos, isso significa que é possível a existência de lucros extraordinários no longo prazo porque as empresas entrantes não conseguem auferir após a entrada os mesmos lucros que as empresas estabelecidas obtêm pré-entrada.

No segundo grupo está a definição de J. Stigler: Existe barreira à entrada em uma indústria se há custos incorridos pelas empresas entrantes que não foram desembolsados pelas empresas estabelecidas quando iniciaram a operação. Essa assimetria de custos entre empresas estabelecidas e empresas entrantes após a entrada impossibilita essas últimas de obterem a mesma lucratividade que as primeiras.

No terceiro grupo predominam as visões como a de R. Gilbert, na qual somente há barreiras à entrada se é possível configurar vantagens competitivas atribuíveis exclusivamente à existência da empresa. Nessa terceira definição, somente há barreira à entrada quando há um diferencial econômico entre empresas estabelecidas e entrantes simplesmente porque as primeiras já existem e as outras ainda não. Esse “prêmio pela existência” é, necessariamente, a tradução econômica de algum tipo de “vantagem da primeira empresa a se mover” (*first-mover advantages*). Nessa visão, uma teoria de barreiras à entrada não pode ser construída sem uma teoria

7. Barreiras Estruturais à Entrada

Para as empresas estabelecidas, uma possibilidade sempre à mão para prevenir entradas é fixar o preço no nível competitivo. Nesse caso, não haverá entrada simplesmente devido a ausências de incentivos. Essa escolha, porém, é também pouco atrativa para elas próprias, já que logicamente também não irão obter qualquer lucro, nos dois períodos. Melhor seria simplesmente fixar o preço no nível da maximização de lucros de curto prazo (do primeiro período). Nesse caso, será possível obter lucros positivos (e máximos) no primeiro período, após o que ocorrerão entradas que levarão o preço ao nível competitivo no segundo período.

7.5 Barreiras Estruturais à Entrada na Prática

Nesse ponto, para poder tornar operacional o mecanismo conceitual de definição do preço limite que abordamos na seção anterior é necessário que as características estruturais das indústrias sejam devidamente especificadas. Por essa razão, para prosseguirmos a análise é necessário detalhar os elementos presentes na estrutura da indústria que podem constituir fontes de barreira à entrada. São eles:

1. Existência de **vantagens absolutas de custos** a favor das empresas estabelecidas.
2. Existência de **preferências dos consumidores** pelos produtos das empresas estabelecidas.
3. Existência de **estruturas de custos com significativas economias de escala**.
4. Existência de **elevados requerimentos de capital inicial**.

7.6 Barreiras à Saída: os Modelos de Contestabilidade

São os seguintes os requisitos para a existência de um mercado perfeitamente contestável:

1. Ausência de barreiras à entrada (na definição de Stigler) – não há diferenciais de custos entre empresas entrantes e estabelecidas porque ambas têm acesso aos mesmos fatores de produção e a mesma habilidade de servir mercados (qualidade, marcas etc.).

2. Ausência de barreiras à saída – custos irrecuperáveis são nulos, isto é, o capital empregado pode ser inteiramente recuperado seja porque pode ser revendido sem perdas, transferido para outra indústria ou ainda porque foi alugado ou subcontratado.

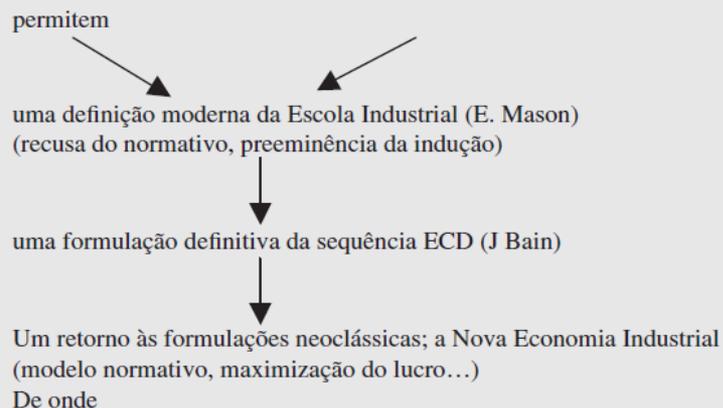
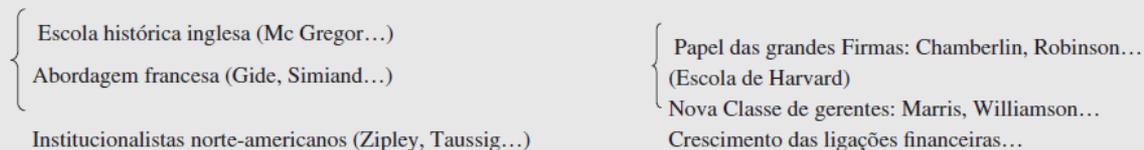
Fundamentalmente, essas duas condições permitem a existência de um tipo de competição de guerrilha (*hit and run competition*) capaz de disciplinar as decisões de preços das empresas mesmo no caso extremo do monopólio natural. Qualquer sobrepreço imposto pelas empresas estabelecidas daria lugar a uma entrada lucrativa até quando ocorresse a retaliação em preços. Nesse momento, a empresa entrante abandonaria a indústria, sem perdas devido à ausência de custos irrecuperáveis, retendo, assim, os lucros obtidos. **O principal exemplo desse tipo de competição estaria no mercado de linhas aéreas porque o principal investimento envolvido – o avião – é um custo fixo, mas não é um custo irrecuperável.**

A teoria da contestabilidade, como amplamente reconhecido, apresenta algumas limitações conceituais no que diz respeito à definição do monopólio natural e principalmente quanto à hipótese implícita, pouco geral, de que os preços se ajustam mais lentamente que as quantidades.

QUADRO 4.2 RESUMO SUCINTO DE EVOLUÇÕES DAS ABORDAGENS DE ECONOMIA INDUSTRIAL

- A partir das abordagens iniciais de J.B. Say, de List, de W. Ashley, de T. Veblen.
- Filho dos clássicos e pai dos neoclássicos, A. Marshall estabelece as bases da economia industrial (noção de “*indústria*” em vez de mercado, importância das “*economias de escala*”, das *elasticidades*,...)
- Em seguida,

AS ABORDAGENS EMPÍRICAS+OS ENRIQUECIMENTOS CONCEITUAIS



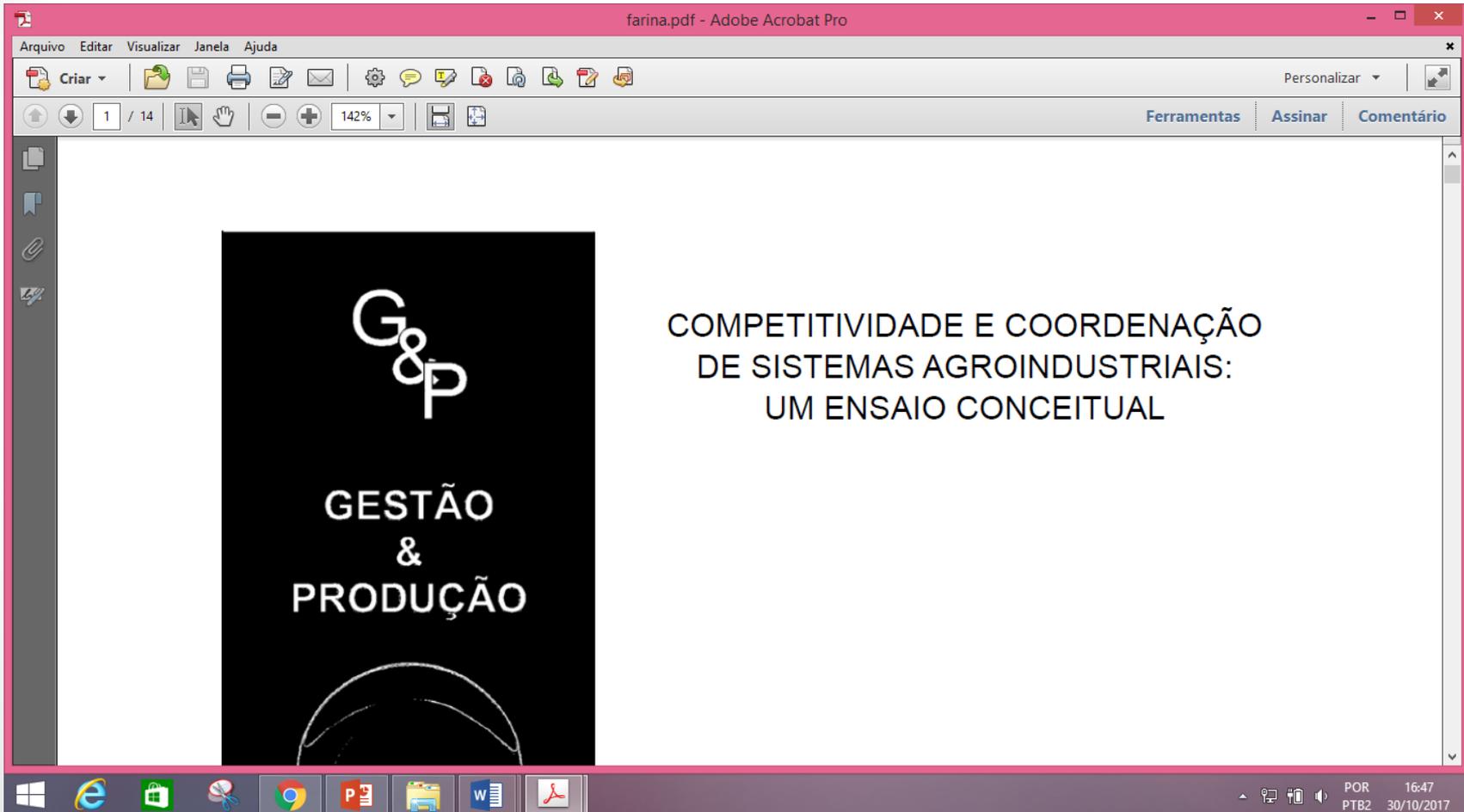
1. Críticas
 - Os “desvios” da abordagem inicial: os pós-marshalianos
 - (S. Labini, Clark, P. Andrews, E. Brenner...)
 - Os fundamentos da abordagem (A Escola Austríaca);
2. Emergência de uma Nova Economia Industrial: os neo-neoclássicos
 - Teoria do oligopólio e teoria dos jogos,
 - Teoria dos “mercados contestáveis”,
 - Teoria dos “custos de transação”;
3. Desenvolvimento da mesoeconomia: além do mercado único, levando em conta as estruturas socioeconômicas; as interações entre estruturas e comportamentos; o jogo coletivo (grupos, cadeias produtivas, complexos industriais...)

2. Emergência de uma Nova Economia Industrial:
- Teoria do oligopólio e teoria dos jogos,
 - Teoria dos “mercados contestáveis”,
 - Teoria dos “custos de transação”;

ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE

Anexo - Estudos

Competitividade x Coordenação – TEXTO DE DISCUSSÃO



Pontos de discussão

1. DISCORRA DO CONCEITO DE COMPETITIVIDADE: COMPETITIVIDADE x COORDENAÇÃO
2. EXPLICAR A RELAÇÃO: As relações entre ambiente competitivo, estratégias e estruturas de governança e competitividade (Figura 1)
3. COMPETITIVIDADE DAS FIRMAS X COMPETITIVIDADE DE UM SISTEMA
4. DISCUTA PROBLEMAS DE COORDENAÇÃO
5. Discuta o que é um subsistema estritamente coordenado? De um exemplo.
6. Principais pontos de discussão da análise da competitividade do SAGs. Avalie o texto e faça um contraponto com o caso do Cacau
7. **POLÍTICAS PÚBLICAS: Origem e** Conceituação no Contexto da Nova Economias das Instituições /
8. Ações de políticas públicas em pró da coordenação/competitividade discutidas no texto.

marketing e recursos humanos determinam a competitividade futura, uma vez que estão associados à preservação, renovação e melhoria das vantagens competitivas dinâmicas.

FERRAZ *et al.* (1995:4) enfatizam as estratégias como base da competitividade dinâmica e as definem como o conjunto de gastos em gestão, recursos humanos, produção e inovação, que visam ampliar e renovar a capacitação das empresas nas dimensões exigidas pelos padrões de concorrência vigentes nos mercados de que participam. Nesse sentido, as estratégias estão condicionadas pelo ambiente competitivo, no qual são definidos os padrões de concorrência e pela capacitação dos recursos internos das firmas (Figura 1, quadros 4 e 5).

Michael BEST (1990), por sua vez, define ação estratégica como a capacidade que as empresas demonstram, individualmente ou em conjunto, de alterar, a seu favor, características do ambiente competitivo tais como a estrutura do mercado e os padrões de concorrência.

Há, portanto, uma importante diferença entre a concepção de FERRAZ *et al.* e Michael BEST no que tange à capacidade de ação estratégica

As concepções de FERRAZ e BEST são importantes e complementares para a análise da competitividade dinâmica. No entanto, ambas carecem de uma abordagem da capacidade de coordenação da cadeia produtiva em que as empresas desenvolvem suas estratégias. Uma estratégia de segmentação de mercado baseada em qualidade do produto, pode exigir a utilização de matérias-primas com especificações mais rígidas. Se a empresa não consegue obter essa especificação junto ao mercado fornecedor, ela mesma terá de produzi-las, por meio de integração vertical a montante ou terá que convencer algum fornecedor a fazê-lo, dentro das especificações necessárias, envolvendo investimentos dedicados, com elevada especificidade. Trata-se de governar a transação vertical com o objetivo de viabilizar a estratégia de concorrência horizontal. KENNEDY *et al.* (1998), ao analisar o *agribusiness* do açúcar nos Estados Unidos, chamam a atenção para as estruturas de governança embora não tratem dos padrões de concorrência e suas relações com as estratégias competitivas das firmas, incluindo-as de maneira *ad hoc*.

PONT 1 -
A
COMPETI
TIVIDADE
DE UM
SAG ESTÁ
NA SUA
CAPACID
ADE DE
COORDE
NAÇÃO

Edição de conteúdo

Editar texto e imagens

Adicionar texto

Adicionar imagem

Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

Adicionar ou editar link

Adicionar marcador

Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

12

Editar usando...

 Contornar texto e imagens

Páginas

Objetos interativos

quais são definidos os padrões de concorrência e pela capacitação dos recursos internos das firmas (Figura 1, quadros 4 e 5).

Michael BEST (1990), por sua vez, define ação estratégica como a capacidade que as empresas demonstram, individualmente ou em conjunto, de alterar, a seu favor, características do ambiente competitivo tais como a estrutura do mercado e os padrões de concorrência.

Há, portanto, uma importante diferença entre a concepção de FERRAZ *et al.* e Michael BEST no que tange à capacidade de ação estratégica como base da competitividade. Para este último, essa capacidade diz respeito a uma intervenção deliberada sobre o ambiente competitivo. Isto é válido nas cadeias produtivas de alimentos e fibras, mesmo para o segmento rural, na medida em que subsiste um importante espaço para ações estratégicas, como por exemplo a criação de novos mercados e a segmentação dos mercados existentes. KENNEDY *et al.* (1998:388) sustentam que o desenvolvimento tecnológico recente vem permitindo que o setor agrícola possa responder à crescente diversidade da demanda, por meio da identificação e

que convencer algum tomcedor a fazê-lo, dentro das especificações necessárias, envolvendo investimentos dedicados, com elevada especificidade. Trata-se de governar a transação vertical com o objetivo de viabilizar a estratégia de concorrência horizontal. KENNEDY *et al.* (1998), ao analisar o *agribusiness* do açúcar nos Estados Unidos, chamam a atenção para as estruturas de governança embora não tratem dos padrões de concorrência e suas relações com as estratégias competitivas das firmas, incluindo-as de maneira *ad hoc*.

Governar a transação significa incentivar o comportamento desejado e, ao mesmo tempo, conseguir monitorá-lo. Essa governança pode ser obtida por meio de sistema de preços, quando o produto tem baixa especificidade e é ofertado por vários produtores. Caso contrário, a governança adequada pode exigir a elaboração de contratos em que sejam predefinidos instrumentos de incentivo e controle, tais como multas, auditorias ou prêmios por resultado. Dito de outra forma, **estratégias competitivas dependem de estruturas de governança apropriadas para que possam ser bem sucedidas.** Por esse motivo, a

PONTO 1

Edição de conteúdo

Editar texto e imagens

Adicionar texto

Adicionar imagem

Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

Adicionar ou editar link

Adicionar marcador

Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

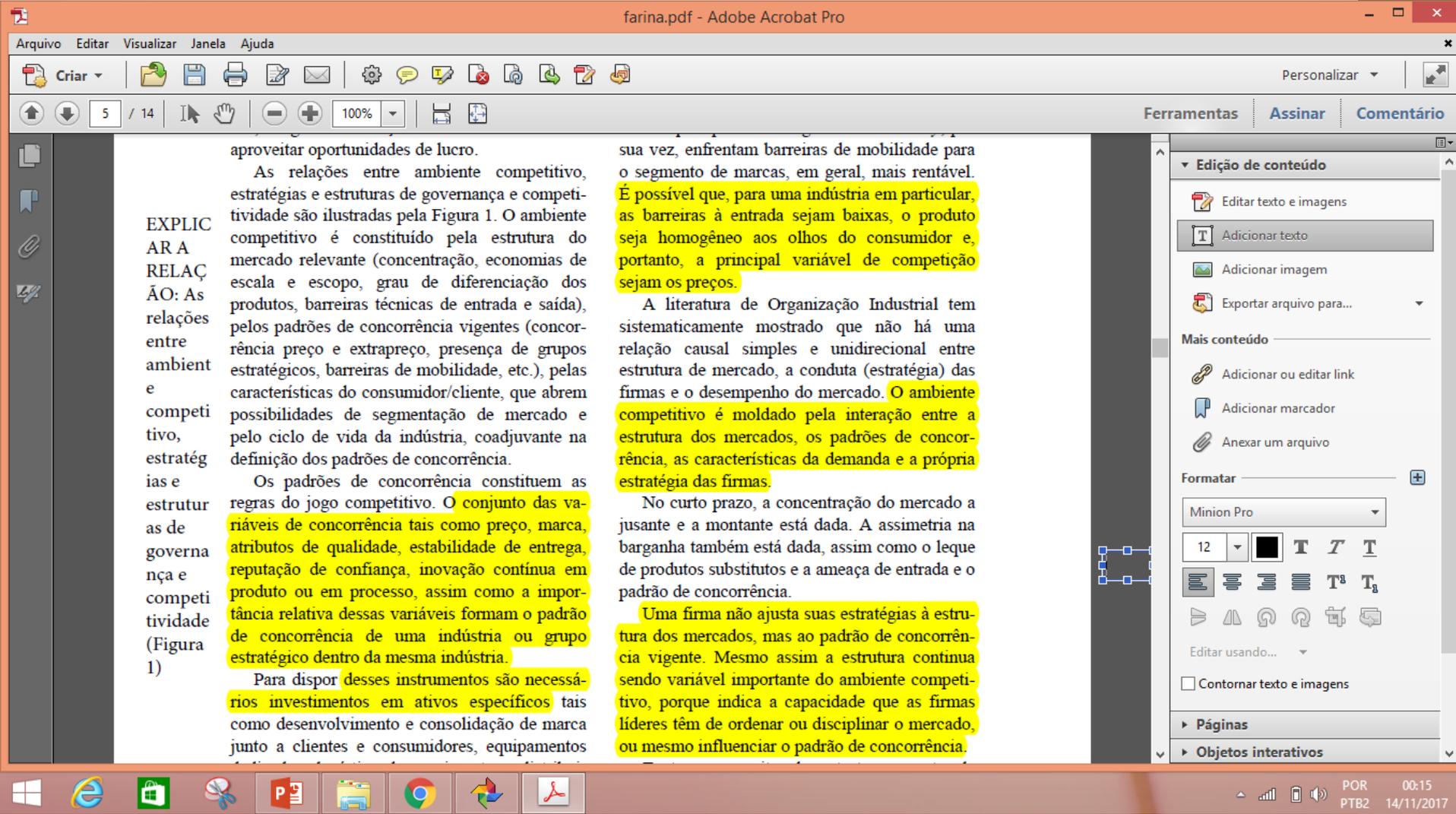
12

Editar usando...

 Contornar texto e imagens

Páginas

Objetos interativos



- PONTO 2

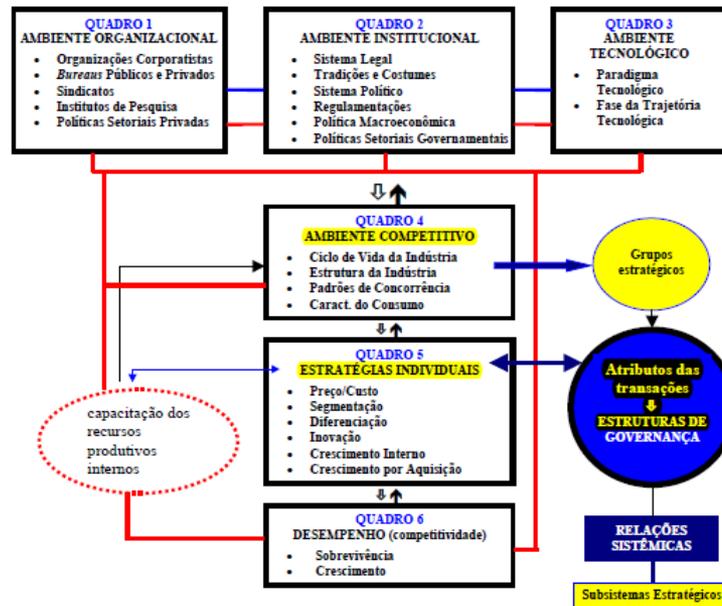


Figura 1 – Baseado em FARINA *et al.* (1997).

- EXPLICAR A FIGURA 1: PONTO 2

tividade (Figura 1, quadro 1 (FARINA *et al.* (1997), BEST (1990), STREEK & SCHMITTER (1985)).

A competitividade das empresas é, portanto, o resultado de políticas públicas e privadas, individuais e coletivas, e não depende apenas da excelência de sua gestão.

3. Competitividade e Sistemas Agroindustriais

A história nos mostra que intervenções setoriais geram efeitos sistêmicos e tendem a gerar intervenções involuntariamente sistêmicas (FARINA *et al.*, 1997). Justifica-se, portanto, adotar sistemas agroindustriais específicos como unidade de análise da competitividade.

Nesse caso, o que está em jogo é o desempenho de um sistema e não de uma firma individual. Ocorre que os sistemas são formados por segmentos que podem exibir diferentes graus de dependência mútua. Essa dependência está determinada pelos atributos das transações intersegmentos, em especial pela especificidade dos ativos envolvidos nas transações (especificidades locais, temporais, tecnológicas, etc.). Quando as especificidades não são simétricas, os conflitos são prováveis especialmente quanto à avaliação de políticas públicas setoriais.

A primeira questão conceitual que emerge é a propriedade desse nível de agregação, já que se trata não somente de estender o conceito de competitividade horizontalmente (da firma para a indústria) como também verticalmente (da indústria para a cadeia produtiva).

KRUGMAN (1993) afirma veemente que a competitividade das nações é um conceito vazio,

por diante.

Para estender o conceito de competitividade das firmas para os sistemas é preciso admitir que:

1. o segmento como um todo pode ser capaz de sobreviver no mercado ainda que várias de suas firmas não o sejam. Por exemplo: o segmento industrial da soja pode tornar-se mais competitivo com a consolidação econômica, o que significa o desaparecimento de grande número de firmas que se tomaram não competitivas. Então, o segmento melhora sua competitividade, ainda que parte de suas empresas não sejam competitivas. O indicador de que o sistema é competitivo é o crescimento ou, no mínimo, estabilidade do *market-share* da produção brasileira tanto em relação a mercados externos quanto internos;
2. os segmentos de um determinado sistema podem apresentar graus distintos de competitividade e, portanto, pode ocorrer que um ou mais segmentos de um sistema nacional ou regional reduzam sua participação relativa nos mercados, sendo substituídos por importações. Ex.: o segmento triticultor dentro do sistema trigo brasileiro. Se as relações intersegmentos tiverem forte especificidade geográfica e temporal, a baixa competitividade de um segmento pode comprometer a competitividade do sistema específico (ex.: leite);
3. dependendo do grau de especificidade dos ativos envolvidos nas transações entre os segmentos, podem-se formar sistemas regionais que irão competir entre si nos mercados consumidores nacionais ou internacionais, gozando de níveis diferenciados de competitividade;

PONTO 3
COMPETI
TIVIDAD
E DAS
FIRMAS X
COMPETI
TIVIDAD
E DE UM
SISTEMA

Edição de conteúdo

- Editar texto e imagens
- Adicionar texto
- Adicionar imagem
- Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

- Adicionar ou editar link
- Adicionar marcador
- Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

12

Editar usando...

Contornar texto e imagens

Páginas

Objetos interativos

avaliação de pontas pontas setonais.

A primeira questão conceitual que emerge é a propriedade desse nível de agregação, já que se trata não somente de estender o conceito de competitividade horizontalmente (da firma para a indústria) como também verticalmente (da indústria para a cadeia produtiva).

KRUGMAN (1993) afirma veemente que a competitividade das nações é um conceito vazio,

de um segmento pode comprometer a competitividade do sistema específico (ex.: leite);
 3. dependendo do grau de especificidade dos ativos envolvidos nas transações entre os segmentos, podem-se formar sistemas regionais que irão competir entre si nos mercados consumidores nacionais ou internacionais, gozando de níveis diferenciados de competitividade;

PONTO 3

4. dentro de um mesmo segmento podem-se formar grupos estratégicos. Por exemplo, a indústria de queijos é organizada em, pelo menos, dois grupos estratégicos: queijos comuns e queijos com marca. Para os primeiros, preço e regularidade de entrega a atacadistas constituem as duas principais variáveis de concorrência. Para os queijos com marca o padrão competitivo privilegia propaganda, promoção de vendas, além de preços. Embora as barreiras à entrada na indústria de queijos sejam baixas, as barreiras de mobilidade são altas.

Grupos estratégicos podem constituir um

Dos itens 2, 3 e 4 decorre que a relação entre competitividade dos segmentos e do sistema depende dos atributos das transações intersegmentos que, por sua vez, se refletem nas estruturas de governança adotadas. Dito de outra forma, a configuração de um determinado sistema depende das relações entre seus segmentos, relações essas que assumem características específicas de acordo com os atributos das transações. Portanto, é imprescindível mapear esses atributos para identificar o grau de dependência intersegmentos.

As relações intra-sistêmicas, mesmo quando necessárias para ganhos de competitividade,

Edição de conteúdo

Editar texto e imagens

Adicionar texto

Adicionar imagem

Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

Adicionar ou editar link

Adicionar marcador

Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

12 [ícones de formatação]

[ícones de formatação]

[ícones de formatação]

Editar usando...

Contornar texto e imagens

Páginas

Objetos interativos

5 - SAG
eSTRIT
AMEN
TE
COOR
DENA
DO

promoção de vendas, nível de preços. Embora as barreiras à entrada na indústria de queijos sejam baixas, as barreiras de mobilidade são altas.

Grupos estratégicos podem constituir um subsistema dentro do SAG se, e somente se, o padrão de concorrência demandar a adoção de estruturas de governança específicas. No caso dos queijos isso não acontece. Mas dentro da indústria de serviços de alimentação, os *fast foods* certamente formam um subsistema: adotam estruturas de governança mais estritas tais como contratos de franquia, produção dedicada, dentre outros, ao passo que lanchonetes e restaurantes adquirem seus suprimentos nos Ceasa's, atacadistas, etc. A capacidade de coordenação estrita pode representar uma barreira importante à mobilidade dentro desse segmento (FARINA & ZYLBERSZTAJN, 1997).

A formação de grupos estratégicos pode ser iniciada pela estratégia bem sucedida de uma firma individual que coordena um sistema próprio, por meio de contratos formais ou informais, a que denominamos de subsistema estritamente coordenado (ZYLBERSZTAJN & FARINA, 1997). O processo de imitação das estratégias bem sucedidas pode resultar em um grupo estratégico que adota estruturas de governança semelhantes. Nesse sentido, identificar estratégias individuais bem sucedidas pode ser uma importante fonte de captação de tendências e mudanças.

Pode ocorrer que um subsistema enfrente problemas de competitividade, enquanto outro apresente crescimento sustentável. Nesse sentido, é importante a identificação dos subsistemas existentes ou em constituição.

atributos das unidades. Portanto, é imprescindível mapear esses atributos para identificar o grau de dependência intersegmentos.

As relações intra-sistêmicas, mesmo quando necessárias para ganhos de competitividade, podem ser dificultadas ou obstadas por conflitos. A capacidade de negociar esses conflitos – em geral de ordem distributiva – é um elemento importante de adaptação de todo o sistema. Aqui entra a importância da análise de coordenação e o papel desempenhado pelas organizações públicas (Secretaria da Agricultura, Indústria e Comércio, etc.) e organizações corporatistas privadas (Associações, Sindicatos, etc.) na condução desse processo.

Como resultado dessas observações, a análise da competitividade dos SAG's tem que se perguntar: a) se um determinado sistema agroindustrial deverá crescer ou, pelo menos, não decrescer nos mercados correntes e se tem capacidade de agregar novos mercados; b) se sua composição será alterada ou não: competitividade relativa de cada segmento e seus condicionantes, definindo uma configuração esperada; c) quais as estruturas de governança que viabilizam essa competitividade e em que direção deverá se alterar.

4. Competitividade e Estrutura de Governança

Conforme abordado na seção 2, a caracterização da competitividade dos SAG's não depende apenas da identificação da competitividade em cada um de seus segmentos. Quanto mais apropriada for a coordenação entre os componentes do sistema, menores serão os custos de cada um deles, mais rápida será a

Ponto 6-
competi-
tividade
do SAG



Edição de conteúdo

- Editar texto e imagens
- Adicionar texto
- Adicionar imagem
- Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

- Adicionar ou editar link
- Adicionar marcador
- Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

12 [ícones de formatação]

Editar usando...

Contornar texto e imagens

► Páginas

► Objetos interativos

parte de padarias junto a moinhos ou compra de café por parte das torrefadoras). Para que não haja perda de rigor na análise, é necessário que os grupos de transações tenham atributos comuns.

A análise das relações contratuais pode seguir duas etapas. A primeira é descritiva e visa identificar como se estruturam as transações intersementos. Essas relações não incluem apenas contratos formais. Também relações informais são importantes, às vezes até mais, para as transações. A identificação e descrição das transações mais importantes podem ser feitas a partir de entrevistas e questionários. O ideal seria ter um banco de contratos, para dar suporte a esse tipo de análise.

Uma vez descrita a transação e a estrutura de governança adotada é possível realizar o que se denomina de análise discreta comparada, na qual são alinhados atributos das transações (incerteza, frequência e presença de ativos específicos) com as estruturas de governança adotadas. Discrepâncias entre as estruturas de governança esperadas e observadas podem indicar uma importante fonte de problemas de coordenação. A ECT é capaz de prever a estrutura de governança a partir dos atributos das transações, não se tratando, portanto, de mera descrição. O instrumento de avaliação da coordenação – estruturas de governança adequadas ou não – baseia-se na diferença entre o analítico e o descritivo.

Coordenação não implica em ausência de conflitos distributivos potenciais ou efetivos, nem em contratos formais. Mercados futuros, por exemplo, podem representar um instrumento de coordenação muito eficiente. Quando eles não existem, outros mecanismos para lidar com a

ponto 5
Problemas de coordenação

poderiam ser objeto de uma classificação geral, o mercado torna-se ineficiente como instrumento de coordenação e a adoção de um padrão adequado pode melhorar seu desempenho.

5. Políticas Públicas: Conceituação no Contexto da Nova Economias das Instituições

O espaço para políticas públicas surge de falhas de mercado. No caso específico da competitividade, trata-se de definir um conceito de política industrial:

“... define-se política industrial como o conjunto de ações deliberadas de coordenação das atividades empresariais, visando melhorar o desempenho das firmas em seu conjunto (competitividade privada). Tais ações procuram atenuar os efeitos de falhas de mercado do tipo bens públicos, externalidades, economias de rede ou falhas intertemporais, contribuindo, de um lado, para a competitividade sistêmica e, criando, de outro, um ambiente favorável à busca permanente da competitividade. A criação desse ambiente está associado à preservação da concorrência, estando neste ponto o principal espaço de interação entre política industrial e de defesa da concorrência.

... Nesse contexto, a política industrial perde seu caráter de supressão da concorrência e concessão de subsídios e passa a ter uma dimensão estratégica de dar condições para o estabelecimento de redes interfirmas de informação e consulta, prover serviços coletivos e, principalmente, examinar os pré-requisitos para a competitividade sustentada e assegurar que as firmas possam responder rapidamente à medida que novos mercados emergem” (FARINA & AZEVEDO, 1998).

Ponto 7
- políticas públicas, origem Falhas de Mercado

Edição de conteúdo

- Editar texto e imagens
- Adicionar texto
- Adicionar imagem
- Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

- Adicionar ou editar link
- Adicionar marcador
- Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

12 [Ícones de formatação]

Editar usando...

Contornar texto e imagens

Páginas

Objetos interativos

ponto 7
(continu
ação)

dade de adaptação do sistema. Ao definir regras do jogo, o Estado desempenha um papel que pode reforçar ou inibir a competitividade das firmas. Dentre essas regras estão a definição e enforcement de direitos de propriedade e de regras de cumprimento de contratos privados além da regulamentação de atividades sujeitas ao exercício do poder de monopólio ou provisão de bens públicos.

As ineficiências de mercado originam-se basicamente de: (i) existência de bens não exclusivos (*res comunis*); (ii) não-rivalidade; (iii) poder de monopólio; (iv) mercados incompletos (externalidades; mercados para todos os possíveis estados da natureza). Falhas de mercado estão também associadas aos atributos das transações, especialmente incerteza e especificidade dos ativos que demandam estruturas de governança diferentes do sistema de preços. As políticas corretivas dependem da natureza da falha de mercado e consistem, basicamente, em (a) prover bens públicos ou coletivos; (b) criar regras para o funcionamento de mercados incompletos ou redefinir direitos de propriedade; (c) regulamentar mercados incompletos ou que sofrem o exercício do poder de mercado.

No entanto, no contexto da Nova Economia Institucional, é necessário reconhecer que existem falhas de governo, o que recomenda adotar o critério da remediabilidade proposto por WILLIAMSON (1996:195).

WILLIAMSON define ineficiência irremediável como o conjunto de resultados para os quais não se pode descrever e implementar alternativa factível superior que gere ganhos líquidos. Essa alternativa deve ser superior não somente quanto à tradicional redistribuição de "peso morto", mas

de cooperação (*networks*). Cada uma dessas organizações representa diferentes sistemas de incentivo que governam as atividades dos agentes econômicos.

Dentro desse contexto, a identificação das políticas públicas estão baseadas na provisão de bens que extrapolam o âmbito de atuação das firmas individuais e, sua implementação pode estar a cargo do Estado ou de organizações corporatistas.

VAN DUREN *et al.* (1991:737), adotando uma metodologia de análise bastante consistente com a aqui apresentada, propõe que a política pública destinada a melhorar a competitividade deve recompensar as empresas mais inovadoras, porque constituem a base da competitividade dinâmica, o que significa que algumas firmas não serão beneficiadas pela política. A política deve, também, ser orientada pelos problemas identificados de competitividade e ser o mais abrangente possível. Uma política que resolve um problema é preferível a várias políticas destinadas a resolver sintomas dispersos e que decorrem do mesmo problema.

Problemas de coordenação vertical são passíveis de intervenção por meio da política pública. Sistemas inadequados de padronização e classificação podem gerar custos não desprezíveis para os agronegócios, e podem ser melhorados pela ação conjunta entre o setor privado e público na definição e implementação dos padrões e classificações. Sistemas eficientes de solução de controvérsias são redutores de custos de coordenação, na medida em que reduzem riscos e incertezas de quebra contratual.

6. Conclusão

ponto 8
Pap
el da
polít
ica p
úbli
ca e
m pró
da
coord
enação

Edição de conteúdo

Editar texto e imagens

Adicionar texto

Adicionar imagem

Exportar arquivo para...

Mais conteúdo

Adicionar ou editar link

Adicionar marcador

Anexar um arquivo

Formatar

Minion Pro

12

[ícones de formatação]

[ícones de formatação]

Editar usando...

Contornar texto e imagens

Páginas

Objetos interativos

OI + ECT

- A base teórica que sustenta a análise foi construída a partir da Teoria de Organização Industrial e da Nova Economia Institucional, na vertente representada pela Teoria dos Custos de Transação.
- Segundo JOSKOW (1995: 252;254) a Nova Economia Institucional (NEI) é uma extensão da Moderna Organização Industrial, enriquecendo-a com uma especificação mais completa e detalhada do ambiente institucional e das variáveis transacionais, que caracterizam a organização das firmas e dos mercados, além de incorporar os efeitos retroalimentadores e as interações entre o ambiente institucional e as estruturas, o comportamento e o desempenho das organizações.

Um Novo olhar para a competitividade

- O crescente o reconhecimento de que **diferentes formas de organizar a produção tem impactos** significativos sobre a capacidade de reação a mudanças no ambiente competitivo, identificação de oportunidades de lucro e ação estratégica.
- Não se pode mais ignorar os problemas organizacionais na análise da competitividade e da concorrência, ainda que isso apresente desafios para sua operacionalização. É fundamental que essa dimensão seja tratada em conjunto com os padrões de concorrência que condicionam as estratégias empresariais e identificar como a ação estratégica exige estruturas de governança adequadas.
- Qual o papel da política pública nesse contexto?

2. Competitividade, Estratégias Empresariais e Coordenação

- Não há uma única definição competitividade pode ser definida como a capacidade sustentável de sobreviver e, de preferência, crescer em mercados correntes ou em novos mercados. A sustentabilidade implica em que essa posição seja consistente com a realização de lucros não negativos
- A evolução da participação de mercado reflete a competitividade passada, decorrente de vantagens competitivas já adquiridas
- A capacidade de ação estratégica e os investimentos em inovação de processo e de produto, *marketing* e recursos humanos determinam a competitividade futura, uma vez que estão associados à preservação, renovação e melhoria das vantagens competitivas dinâmicas.

2. Competitividade, Estratégias Empresariais e Coordenação

- As concepções de FERRAZ e BEST são importantes e complementares para a análise da competitividade dinâmica. No entanto, ambas carecem de uma abordagem da capacidade de **coordenação da cadeia produtiva em que as empresas desenvolvem suas estratégias.**
- **estratégias competitivas dependem de estruturas de governança apropriadas para que possam ser bem sucedidas.**

As relações entre ambiente competitivo, estratégias e estruturas de governança e competitividade

- O ambiente competitivo é constituído pela **estrutura do mercado relevante** (concentração, economias de escala e escopo, grau de diferenciação dos produtos, barreiras técnicas de entrada e saída), pelos padrões de concorrência vigentes (concorrência preço e extrapreço, presença de grupos estratégicos, barreiras de mobilidade, etc.)
- Pelas características do consumidor/cliente, que abrem possibilidades de segmentação de mercado e pelo ciclo de vida da indústria, coadjuvante na definição dos padrões de concorrência.