

Esalq/USP

les 144 - Introdução à Economia Organização de Mercados

Copyright © 2001 by Harcourt, Inc.

All rights reserved. Requests for permission to make copies of any part of the work should be mailed to:

*Permissions Department, Harcourt College Publishers,
6277 Sea Harbor Drive, Orlando, Florida 32887-6777.*

Economia da empresa

Quando um mercado tem mais do que uma empresa, a forma como as diversas empresas interagem passa a ser determinante para os resultados de cada uma delas.

Quais as circunstâncias em que o aumento do número de empresas no mercado leva a grandes quebras nos preços e lucros? Quais as circunstâncias em que tal não acontece?

O que e que as empresas podem fazer para evitar que a concorrência lhes elimine os lucros?

Como e que as empresas devem determinar os seus preços quando têm concorrentes diretos e as suas vendas dependem dos seus próprios preços, mas também dos seus concorrentes?

A razão de basear a análise das decisões empresariais na teoria económica reside no facto de se procurar ter um referencial de análise consistente que identifique as relações causais entre decisões e resultados e permita prever em que circunstâncias em que uma dada decisão produz determinados resultados.

Mercados e Competição

- Os termos oferta e demanda se referem ao comportamento dos indivíduos. . .
. . . quando interagem entre si nos **mercados**.

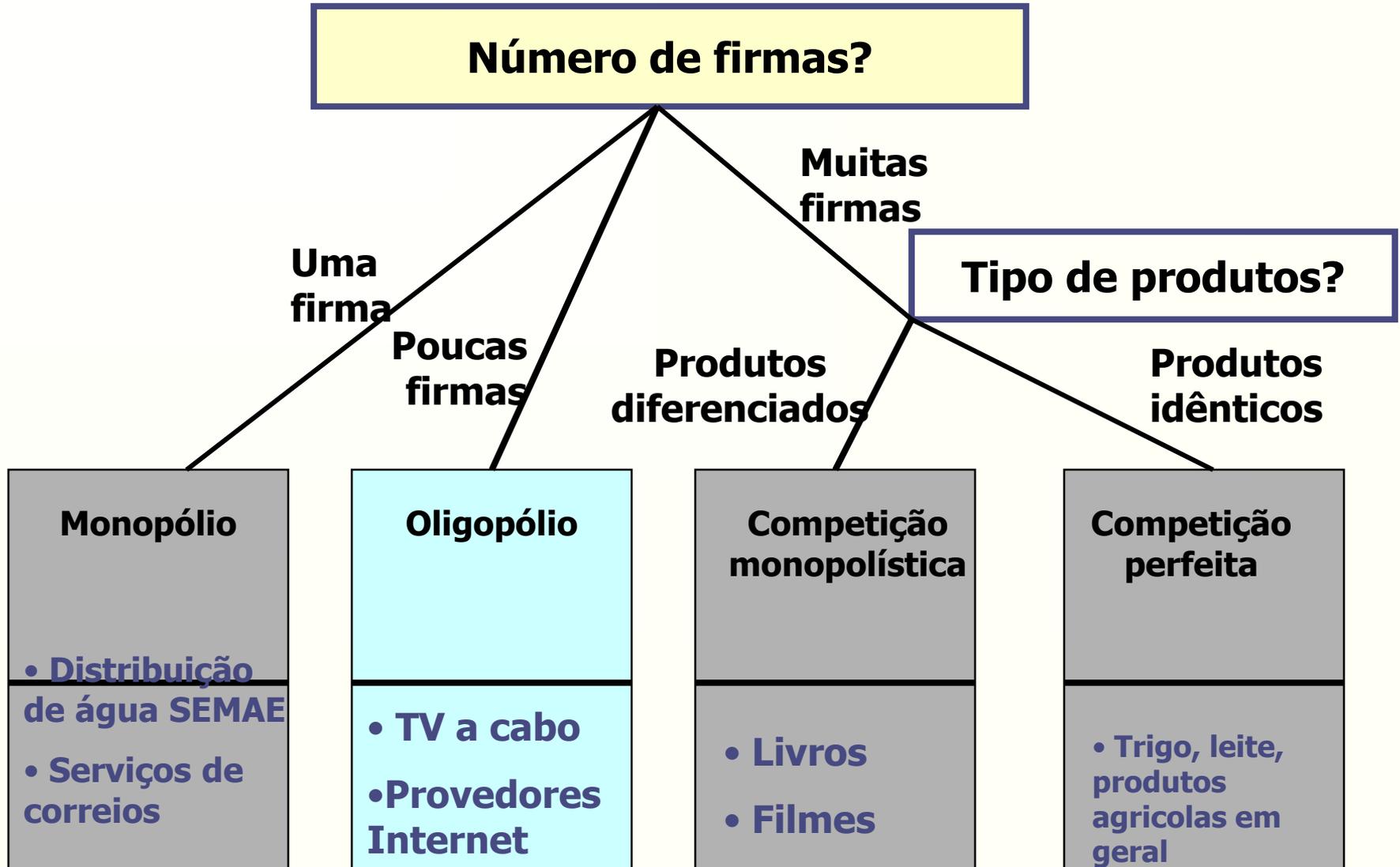
Mercado é um grupo de compradores e vendedores de um dado bem ou serviço.



Tipos de Mercados na Microeconomia Clássica

- Um mercado competitivo em economia
 - é um mercado com *muitos* compradores e vendedores (quantos ?)
 - que não é controlado por nenhum dos seus integrantes (ninguém, individualmente, consegue influenciar nos preços)
 - Produtos são homogêneos, existe livre entrada e saída, informação flui livremente
 - Todos recebem o mesmo preço
 - Não existe lugar (ou necessidade) de despesas com marketing

Os Quatro Tipos de Estrutura de Mercado Microeconomia Clássica



O Significado da Concorrência

- Um mercado perfeitamente competitivo tem as seguintes características:
 - Existem muitos vendedores e compradores no mercado.
 - todos, individualmente, detêm uma pequena parcela do mercado
 - Os bens ofertados pelos vários vendedores são muito semelhantes.
 - As firmas podem entrar e sair livremente do mercado.
 - Não há barreiras à entrada e à saída (legais ou não ...)
 - Não há custos irrecuperáveis (sunk-costs)
 - As informações fluem livremente e sem custo

O Significado da Concorrência

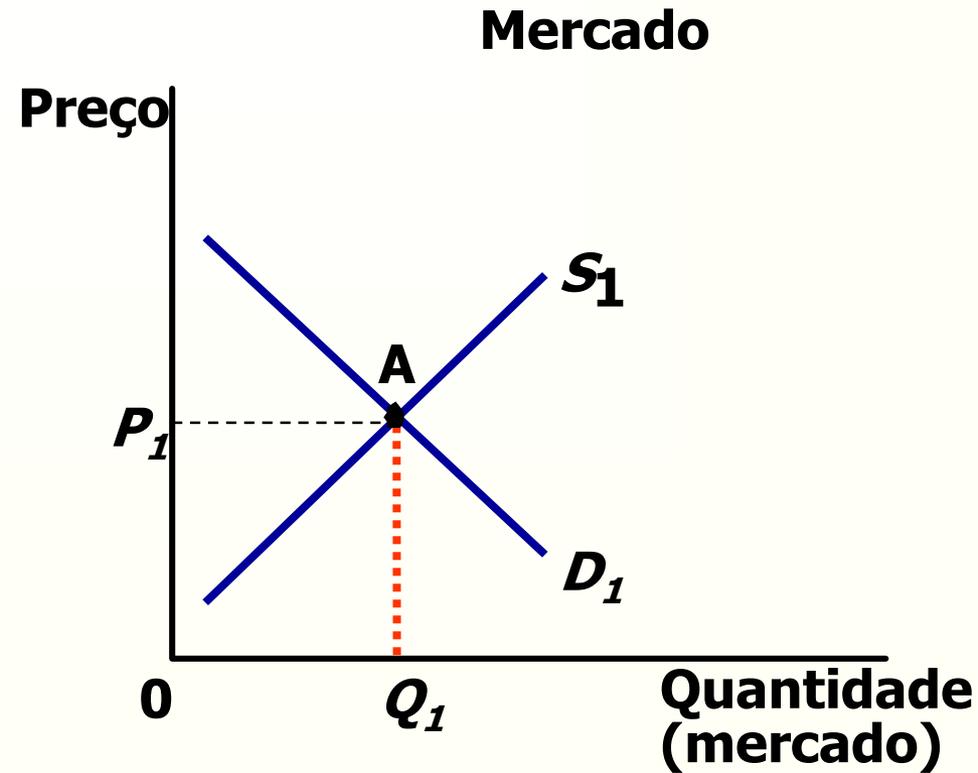
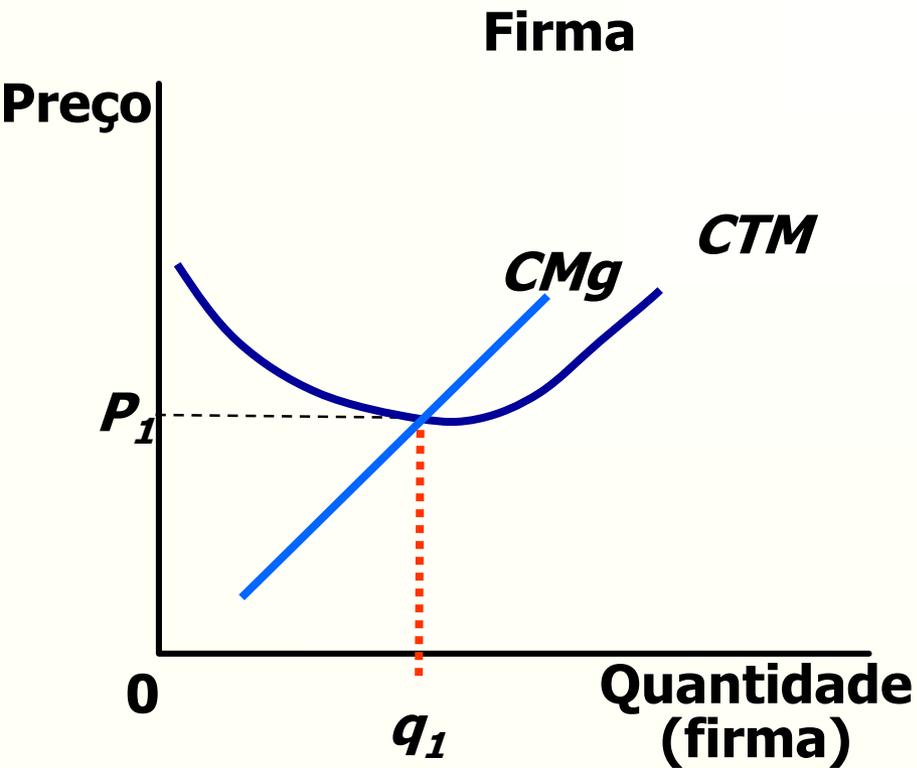
- Como resultado de suas características, o mercado perfeitamente competitivo tem as seguintes conseqüências:
 - As ações de um único comprador ou vendedor têm um impacto negligenciável sobre o preço de mercado.
 - Cada vendedor ou comprador assume o preço como determinado pelo mercado.
 - Devido ao grande número de vendedores de produtos semelhantes, eles não se reúnem e impõem condições desfavoráveis ao Mercado
 - Resultado: maior número de produtos, melhor qualidade, melhor preço, inovação, melhores serviços, melhor atendimento
 - Concorrência na compra, na venda, em ambos mercados
 - Empresa não tem poder de Mercado e precisa aceitar o que lhe oferecem
 - Bom para o Mercado, ruim para a empresa
 - Só professores gostam de concorrência, todo empresário procura se fortalecer e garantir algum poder de mercado

Exemplo de mercado competitivo com aumento da Demanda

- Um aumento da demanda aumenta o preço e quantidade no curto prazo.
- As firmas obtêm lucros porque o preço excede o custo total médio.

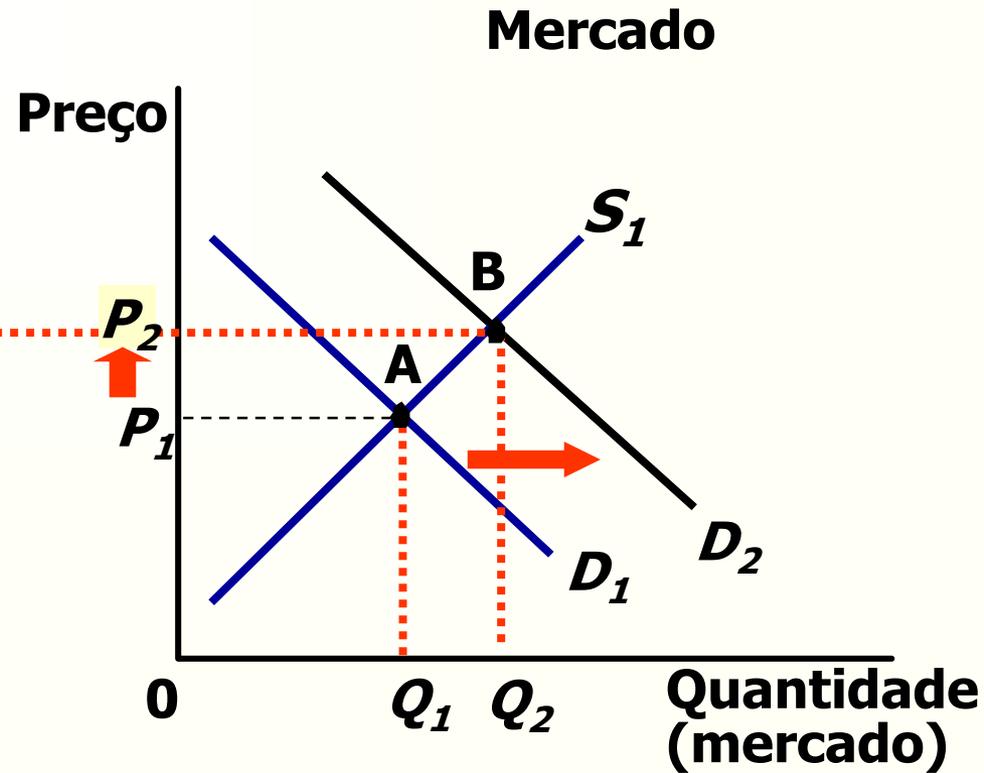
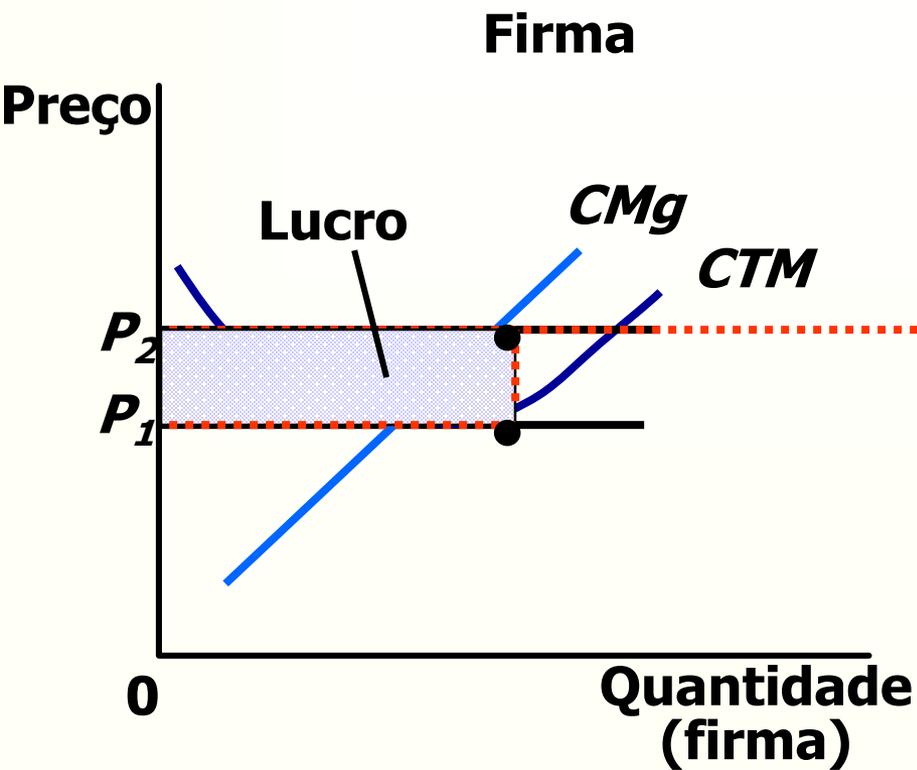
Aumento da Demanda no Curto Prazo...

(a) Condição inicial



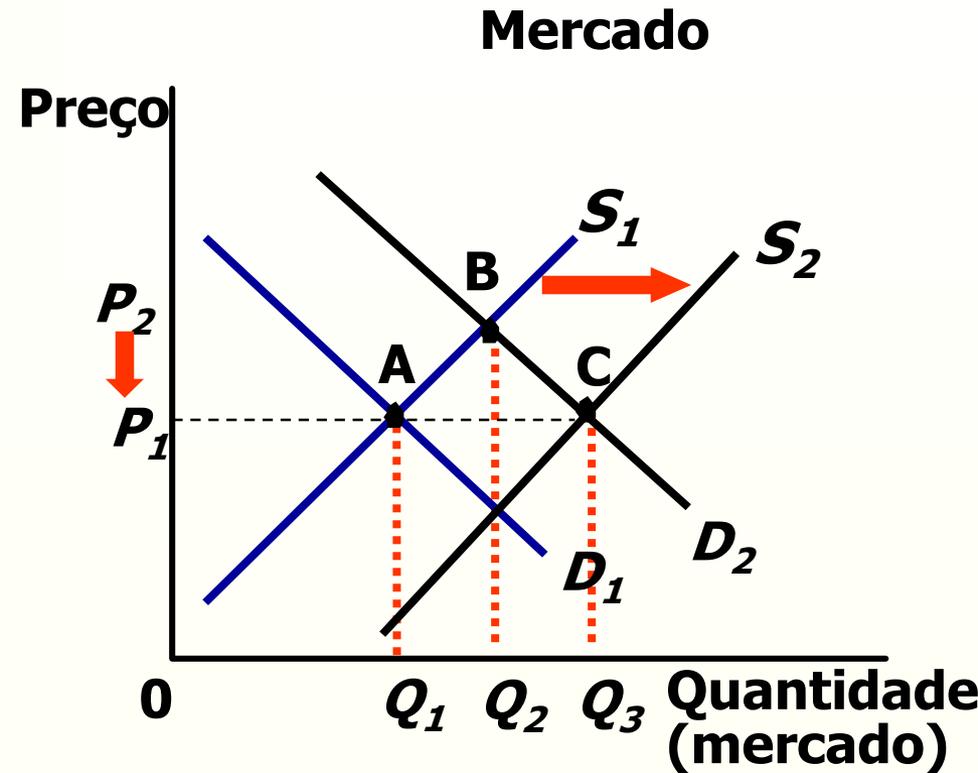
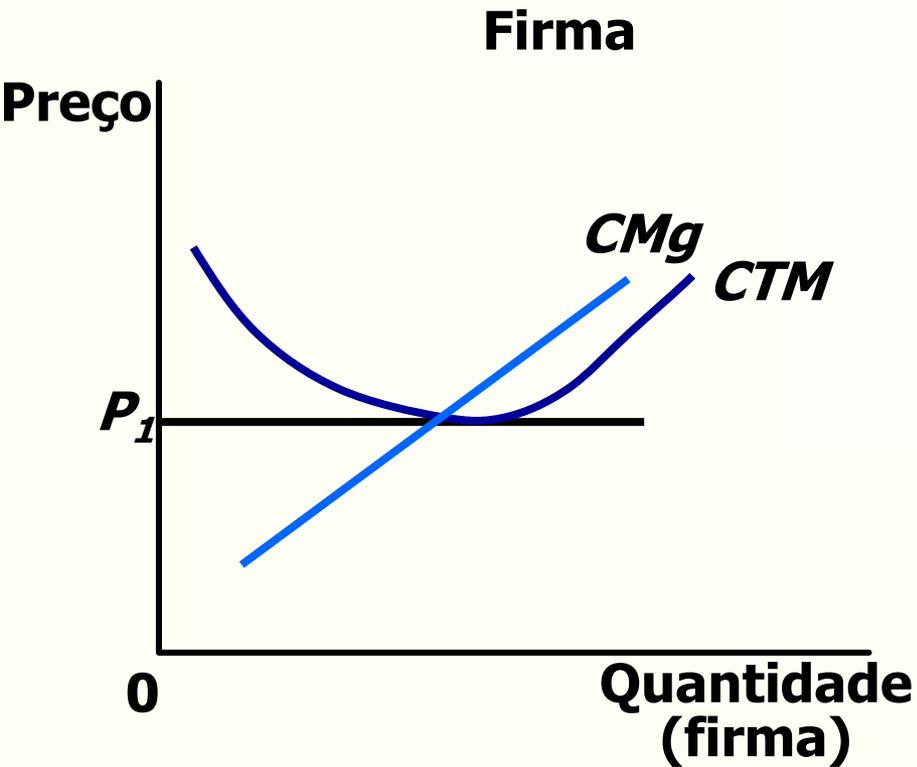
Aumento da Demanda no Curto Prazo...

(b) Reação no curto prazo



Aumento da Demanda no Curto Prazo com possibilidade da entrada de novas empresas

(c) Reação no longo prazo



Novas abordagens

- Percebeu-se que as vezes, as empresas não agiam de acordo com o esperado pela teoria
 - Por exemplo, não se viam empresas operando onde $RMa = CMa$ (marginalistas)
- Hall & Hitch (1939)
 - Concluíram que maioria dos mercados era oligopolizado
 - Empresas não agiam procurando maximizar lucro
 - Propuseram o princípio do custo total que preconizava que empresas tinham como decisão principal a determinação do preço e não da qualidade
 - $P = CVMe (1 + \text{mark-up})$
 - Vantagem deste modelo era explicar porque preços eram relativamente estáveis, alterando-se mais em função dos custos do que de modificações na demanda
 - Estoques, receio da reação dos clientes, causalidade dos preços, etc)

Por que os empresários agiriam assim ?

- Empresários sabiam que se aumentassem preços, nem todos concorrentes os acompanhariam e isto afetaria muito a demanda;
- Se abajassem os preços, outros concorrentes os acompanhariam e o aumento seria irrisório

Mason e a firma ativa

- Desenvolveu estudos de casos e lançou bases para modelo ECD
- Estudou ambientes oligopolizados e a interdependência das decisões entre as empresas
- Passou a ver as empresas como seres vivos, ativos, agindo no sentido de modificar e serem modificadas pelo ambiente em que atuavam
 - Preços deixaram de ser um dado para serem uma variável de escolha
 - Abriu espaço para estudos sobre o comportamento estratégico das firmas com gastos em p&d, marketing, diferenciação de produtos, etc.
- Também rejeitou a idéia de maximização de lucros
 - Firms geralmente são grandes e propriedade está afastada da gerencia
 - Gerentes estão preocupados com vendas, clientes, concorrentes, meio ambiente, segurança de trabalho, mordomias
 - Proprietários talvez pensassem em maximizar lucros mas esta estratégia em geral é conflitante com objetivos do administrador que quer permanecer num emprego estável e duradouro, sem problemas com burocracia

Mason

- A microeconomia clássica simplificava a realidade diante da necessidade de representar matematicamente a empresa
- Qual seria o verdadeiro sentido histórico do termo “competição” ?
- Mason abandonou estes paradigmas em troca de estudos menos formais porém mais atentos a detalhes estratégicos que talvez não pudessem ser colocados em forma matemática conforme os clássicos queriam
- Lançou as bases da idéia de que a estrutura (organização) dos mercados influenciava a conduta das empresas e por sua vez o resultado final das atividades.

Coase: custos de transação e a firma

- Até então, entendia-se a firma como uma unidade de transformação tecnológica
- Como surge a firma, por que cresce ou diminui de tamanho ?
- Coase publicou em 1937 *The nature of the firm* onde discutia o escopo, a abrangência e os limites de uma empresa.
- Coase identificou que as trocas, o estabelecimento e acordos ou qualquer outra transação entre os agentes econômicos apresentavam custos:
 - Custos de coleta de informações
 - Custos de negociação e estabelecimento de acordos, acompanhamento, enforcement (obediência) dos contratos, entre as partes (custos de transação)
 - Seria como o vácuo da física, não conseguimos ver mas está lá !!!

Coase

- Observou que as transações poderiam ocorrer em diferentes formas contratuais de relacionamento entre as partes, desde recorrendo-se ao mercado ate internalizando-se as transações
 - Cada forma organizacional implicaria num custo de transação
 - Isto explicaria o crescimento das firmas
 - E também o downsizing das mesmas
- Sejam G_i e G_j duas formas alternativas de organizar um produção (por exemplo, uma firma centralizada e uma firma organizada em unidades de negócios autônomas)
 - G_i é a forma organizacional utilizada se $C_i \leq C_j$
 - G_j é a forma organizacional utilizada se $C_i \geq C_j$
- Sua grande contribuição foi no sentido de se deixar de olhar a firma de mero organizador de atividades produtivas para um complexo de contratos regendo transações internas.

Organização Industrial de Mercados (OI)

- Barreiras à entrada (e à saída)
- Concorrência efetiva: existente entre as firmas já no mercado
- Concorrência potencial: devido à ameaça à entrada de outras firmas

Tipos de barreiras

- Barreiras institucionais
 - Patentes, tarifas, varias formas de proteção
- Barreiras econômicas
 - Diferenciação de produtos, investimentos em marketing
 - Diferenças reais (atributos fisicos, locacionais)
 - Informacionais (reconhecimento da marca, usos e costumes)

Tipos de barreiras ...

□ Barreiras económicas

□ Vantagem absoluta em custos devido ao tamanho das empresas já no mercado

- Acesso privilegiado a fontes de matérias-primas; tecnologia superior à das firmas entrantes (patentes; melhores cérebros; learning by doing), relação de fornecedores e clientes mais fiéis

□ Economias de escala

- Reais: economia do trabalho; economias físicas derivadas da indivisibilidade do capital; reservas financeiras e estoques; pesquisa e desenvolvimento; economia de propaganda e marketing

□ Economias pecuniárias

- Maior capacidade de barganha, menor exposição ao risco podendo por exemplo oferecer pagamentos menores devido à sua tradição e histórico no mercado; taxas de juros mais baixas devido ao seu tamanho e histórico

Modelo Estrutura-Conduita-Desempenho

- Modelo originalmente proposto por Mason, aperfeiçoado por Joe Bain
- Em lugar de falar em muitas, poucas empresas, propõe-se o modelo
 - E-C-D
- Onde
 - E=estrutura de mercado: concentração das 4, 8, maiores empresas do mercado
 - C=conduta, forma como as empresas se organizam e interagem entre si
 - D=desempenho do mercado
- Lógica do processo
 - Estrutura afeta a conduta que afeta o desempenho

Índices de Concentração: Cr

Na fórmula, S_i é a participação das firmas presentes no mercado; j é de uma determinada indústria. Imagine um mercado hipotético de determinada indústria formado por nove empresas. Se as quatro maiores abarcam, por exemplo, 40%, 30%, 10%, 10%, e as outras cinco participam de 2% cada uma, o índice C4 será 90³:

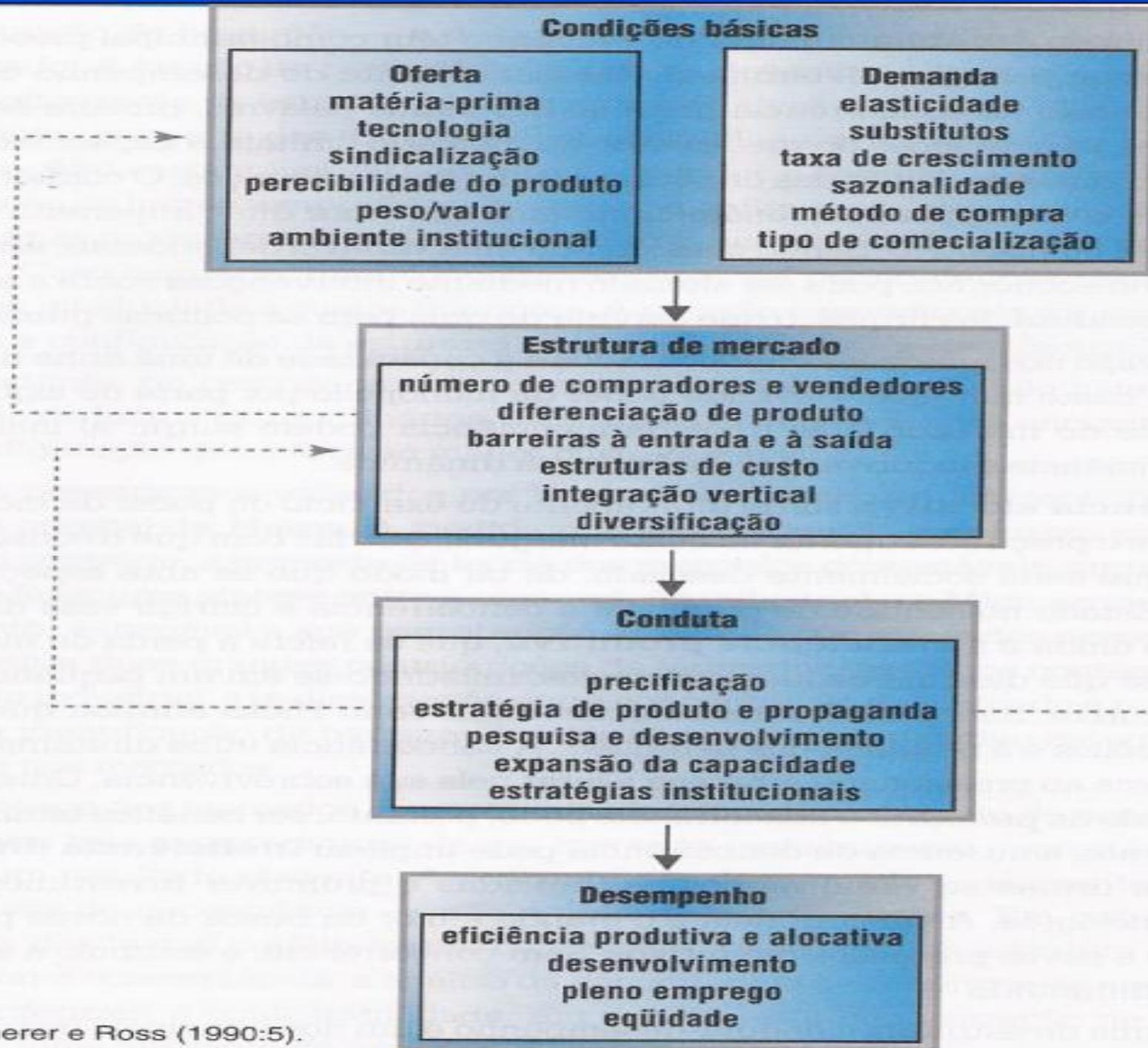
$$CR_4 = 40 + 30 + 10 + 10 = 90$$

A interpretação do resultado é simples: quanto maior o índice, maior o nível de concentração, conforme tabela abaixo:

TABELA 1: parâmetro de classificação de mercado a partir do resultado da Relação de Concentração CR4 e CR8.

Níveis de Mercado	Razão de concentração	
	CR4	CR8
Altamente Concentrado	$i > 75\%$	$i > 90\%$
Alta Concentração	$65\% < i < 75\%$	$85\% < i < 90\%$
Concentração moderada	$50\% < i < 65\%$	$70\% < i < 85\%$
Baixa Concentração	$35\% < i < 50\%$	$45\% < i < 70\%$
Ausência de concentração	$i < 35\%$	$i < 45\%$
Claramente Atomístico	$i = 2\%$	

FONTE: Bain (1959 apud SCHIRIGATTI et al., 2012).



Concentração e concorrência

Regulação: Cade rejeita ato de concentração de mercado: Riscos significativos à concorrência

PUBLICADO EM [30 DE OUTUBRO DE 2017](#)
POR [ADMIN](#)

Fonte: CADE

Durante a sessão de 18/10/2017, o Tribunal do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – Cade decidiu, por unanimidade, pela reprovação da compra da totalidade do capital social da Fratelli Dorazio Investimentos Ltda. (atual Mataboi Participações Ltda.) e de sua subsidiária integral, a Mataboi Alimentos Ltda., pela JBJ Agropecuária Ltda. (Ato de Concentração [08700.007553/2016-83](#)). De acordo com o conselho, a operação gera riscos significativos à concorrência e não foram encontrados remédios estruturais e comportamentais capazes de mitigá-los. As empresas terão 30 dias para desfazer a operação a partir da publicação da decisão.

Lógica do processo

- As empresas são compostas por pessoas que tomam decisões baseadas em muitos fatores
- O pressuposto da maximização de lucros
 - Será que afeta o longo prazo porque as empresas esperam estar aqui por longo tempo ?
 - Maximização de lucros x bem estar x meio ambiente
 - Será que alguém conhece tão bem sua estrutura de custos para achar o ponto exato de lucro máximo ?
 - Como a microeconomia trata investimentos em pesquisa e tecnologia (p&d) ?
- O modelo Neoclássico torna-se irreal mas será usado como paradigma porque concorda-se que leva à eficiência técnica e econômica
 - As decisões consideram o ambiente da empresa
 - Modelos de Stackelberger, Cournot, etc.

Avanços Teóricos

Mercados contestáveis (Baumol)

- Um mercado será perfeitamente contestável se:
 - Não existirem restrições à entrada e à saída
 - No sunk costs (sem custos irrecuperáveis)
 - O tempo de resposta e retaliação das empresas existentes for suficiente para a entrante se estabelecer
 - Ou seja, se houverem oportunidades num mercado, uma firma pode entrar, aproveitar a oportunidade e abandonar antes da reação da firma estabelecida (hit and run)
- A estrutura do mercado seria então consequência de fatores tecnológicos como custos de uma grande empresa $<$ custos de empresas pequenas individuais
 - Configuração sustentável
 - Isto é quem vai determinar o número de empresas no mercado
 - Além disso, podemos ter mercados onde simplesmente não há espaço para muitas empresas e a estrutura mais eficiente é a concentrada (ex. linhas férreas)

Nova Economia Institucional (NEI)

- Teoria behaviorista
 - Firma trata-se de locus de grupos com interesses conflitantes, por exemplo, acionistas x dirigentes
 - Comando da firma não consegue resolver tudo de forma maximizadora, contentando-se com o melhor possível

NEI

□ Teoria da agencia

- Considera que a informação não é completa e que há custo para obtê-la
- Principal: ator cujo retorno (ganhos) depende do agente
- Principal geralmente tem mais informações que o agente, daí surgirem formas assimétricas de informação
- Por exemplo, quando um empresário vai adquirir produto diretamente na fazenda ele conhece muito mais do mercado do que o produtor, daí se estabelecer uma relação assimétrica entre eles

NEI

- Economia dos Custos de Transação (Williamson)
- Pressupostos comportamentais:
 - Indivíduos são oportunistas
 - Possuem racionalidade limitada (capacidade de processar, interpretar informações e consequentemente, prever o futuro)
- Resumindo, nos relacionamentos, as partes vão sempre tentar tirar proveito uma das outras
- É impossível incluir todas possibilidades nos contratos, portanto contratos são imperfeitos
- Temos que depender do arcabouço institucional para garantir os contratos
 - Isto é possível ?
 - Incapacidade dos legisladores entenderem os problemas economicos
 - Demora dos processos, etc.
 - Tudo isto é custo para acompanhar, ter certeza do que vai receber é o que contratou !!!
 - Estes são os custos de transação, custos para se fazer cumprir os contratos
- Quando os custos de transação são altos, a economia não cresce

Custos de transação

- O que influencia nos custos das transações:
 - Frequencia:
 - Quanto mais frequente as transações, menores os custos de se conhecer os parceiros
 - Se frequencia for elevada, parceiros não terão interesse em comportamentos oportunisticos por receio de perder futuros negócios
 - Especificidade dos ativos
 - Frequencia, especificidade dos ativos e formas contratuais
- Papel das instituições (regras do jogo)
 - Governo, judiciário, etc.
- Ordenação da forma de organizar as transações
 - Mercado spot, contratos de longo prazo, hierarquia (uma única firma abarcando todo o processo)
 - Integração vertical na produção

Custos de transação

Transaction Costs

Search & Information Costs



Costs incurred in identifying possibilities for mutual gains



Identification of funding source

Identification of relevant stakeholders

Cost of gathering information

Bargaining & Decision Costs



All costs that are associated with negotiating an agreement



Time spent at meetings



Time expended in written and verbal communications

Policing & Enforcement Costs



Costs involved in making sure all parties stick to the agreement



Employment of an external monitor

Time and effort spent monitoring others informally

Restrições Comerciais e Legislação Antitruste

- A legislação antitruste determina que a restrição ao comércio ou a tentativa de monopolizar o mercado são ações ilegais.
- EUA: mais importantes
 - Lei Sherman de 1890
 - Lei Clayton de 1914
- BRASIL
 - Está na Constituição
 - SDE e SEAE



Controvérsias sobre a Política Antitruste

- A legislação antitruste algumas vezes não permite práticas de negócios que têm efeitos potencialmente nocivos :
 - Fixação de preços de revenda , Fixação de preços predatórios, Vendas casadas
 - Práticas predatórias muitas vezes assume formas sutis como dificultar acesso a matéria prima ou fornecedores; subsídio cruzado.

Conclusões

Avaliação (desempenho) de mercados

- O que é um mercado concentrado ?
- Mercados mais concentrados podem ter pontos favoráveis
 - Mais recursos para pesquisa e investimentos
 - Atraem melhores cabeças, podem pagar melhores salários
 - Simplesmente pode não existir lugar para mais empresas !!!
- Precisamos avaliar resultados favoráveis e desfavoráveis e ver a resultante
- Uso intenso em políticas governamentais de controle de mercados

Conclusões

- O que é e o que não é concorrência ?
 - Modelo teórico x estrutura do mercado
 - Concorrência só interessa para os economistas, o que menos o empresário quer é concorrência
 - Quando os atos de uma empresa afetam o desempenho da outra
 - Exemplos práticos
- Avanços teóricos
 - Custos de transação (Williamson, impacto do custo das informações para fazer negócios)
 - Michael Porter's Five Forces Framework is a tool for analyzing competition of a business. It draws from industrial organization (IO) economics to derive five forces that determine the competitive intensity and, therefore, the attractiveness (or lack of it) of an industry in terms of its profitability.
- Cuidados com práticas comerciais não permitidas pela lei da Concorrência