

LES 590 - Organização Industrial

Aula_16
Comportamento em Mercados Não
Competitivos
Preço Predatório

10/05/16

Comportamento Estratégico

Não Cooperativo: estratégias da firma que está tentando maximizar seus lucros através da melhoria de sua posição em detrimento da dos rivais

⇒ aumenta o lucro de uma firma e reduz dos rivais

Cooperativo: estratégias que tornam mais fácil para as firmas de uma indústria coordenar suas ações e reduzir a competição do mercado

⇒ aumenta o lucro de todas as firmas pela redução da competição

Comportamento Estratégico Não cooperativo

Preços Predatórios

Prática deliberada de fixar preço abaixo do custo

➤ primeiro a firma abaixa o preço abaixo do custo para eliminar rivais do negócio e evitar que novos entrem;

➤ depois que os rivais e os potenciais entrantes forem expulsos, ela aumenta o seu preço, exercendo seu *poder de monopólio*

⇒ a firma incorre em prejuízos no curto prazo para ter ganhos no longo prazo

Preços Predatórios

Para funcionar, a firma deve ser capaz de **convencer** os concorrentes que pode sustentar a estratégia por tempo suficiente para expulsar os rivais

⇒ as firmas entrantes potenciais devem estar **convencidas** que não vale a pena entrar no negócio por causa do comportamento de preços da beneficiada

⇒ Por que é difícil convencer?

Preços Predatórios (caso firmas idênticas)

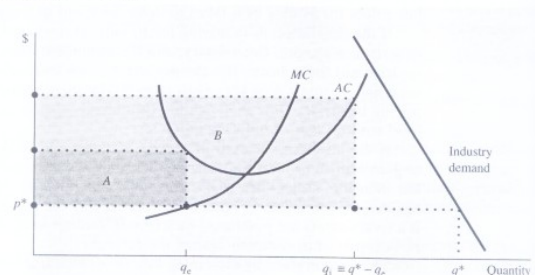
Se as firmas forem iguais, durante o período de preços predatórios, a firma predadora perde muito mais que a rival

⇒ ela deve atender toda a demanda (a sua e a da outra firma) ao preço menor a fim de manter o preço baixo

⇒ a rival pode diminuir a produção para evitar perdas

Preços Predatórios

FIGURE 10.1 Predation



Preços Predatórios

Para que a prática de preços predatórios funcione:

⇒ a rival *deve acreditar* que a firma manterá o preço baixo até tirá-la do mercado. Como esta ação não é racional, o preço predatório não é visto como uma ameaça real

Legalmente (regra de Areeda & Turner, 1975):

Preço < CMg

Próxi para CMg : CVMe

Preços Predatórios

Difícil de ser provado

➤ dados sobre custos
➤ outros fatores podem justificar a redução de preços:

➤ preços promocionais para reduzir estoques (temporária e localizada, razoabilidade econômica)
➤ learning by doing

➤ litígios: pode ser estratégia da firma menos eficiente para manter poder de mercado

Resolução CADE N. 20: Preço < CVMe

Art. 36 da Lei 12.529/2011: Das Infrações:

I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;

II - dominar mercado relevante de bens ou serviços;

III - aumentar arbitrariamente os lucros; e

IV - exercer de forma abusiva posição dominante.

Art. 36 da Lei 12.529/2011: Das Infrações:
São combatidas práticas anticompetitivas que levem a uma monopolização, tais como:

- Preços predatórios
- Contratos de exclusividade
- Venda casada

Regra da razão: As práticas acima não são ilegais *per se*; é necessário avaliar a intenção e o efeito;

Art. 36 § 3º - as seguintes condutas caracterizam infração da ordem econômica:

I - acordar, combinar, manipular ou ajustar com concorrente, sob qualquer forma:

CARTEL

- a) os preços de bens ou serviços ofertados individualmente;
- b) a produção ou a comercialização de uma quantidade restrita ou limitada de bens ou a prestação de um número, volume ou frequência restrita ou limitada de serviços;
- c) a divisão de partes ou segmentos de um mercado atual ou potencial de bens ou serviços, mediante, dentre outros, a distribuição de clientes, fornecedores, regiões ou períodos;
- d) preços, condições, vantagens ou abstenção em licitação pública;

II - promover, obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes;

III - limitar ou impedir o acesso de novas empresas ao mercado;

IV - criar dificuldades à constituição, ao funcionamento ou ao desenvolvimento de empresa concorrente ou de fornecedor, adquirente ou financiador de bens ou serviços;

V - impedir o acesso de concorrente às fontes de insumo, matérias-primas, equipamentos ou tecnologia, bem como aos canais de distribuição;

VI - exigir ou conceder exclusividade para divulgação de publicidade nos meios de comunicação de massa;

VII - utilizar meios enganosos para provocar a oscilação de preços de terceiros;

VIII - regular mercados de bens ou serviços, estabelecendo acordos para limitar ou controlar a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico, a produção de bens ou prestação de serviços, ou para dificultar investimentos destinados à produção de bens ou serviços ou à sua distribuição;

Art. 36 § 2º - as seguintes condutas caracterizam infração da ordem econômica:

IX - impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros;

X - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços;

DISCRIMINAÇÃO DE PREÇO

XI - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais;

XII - dificultar ou romper a continuidade ou desenvolvimento de relações comerciais de prazo indeterminado em razão de recusa da outra parte em submeter-se a cláusulas e condições comerciais injustificáveis ou anticoncorrentiais;

XIII - destruir, inutilizar ou açambarcar matérias-primas, produtos intermediários ou acabados, assim como destruir, inutilizar ou dificultar a operação de equipamentos destinados a produzi-los, distribuí-los ou transportá-los;

XIV - açambarcar ou impedir a exploração de direitos de propriedade industrial ou intelectual ou de tecnologia;

XV - vender mercadorias ou prestar serviços injustificadamente abaixo do preço de custo;

PREÇO PREDATÓRIO

XVI - reter bens de produção ou de consumo, exceto para garantir a cobertura dos custos de produção;

XVII - cessar parcial ou totalmente as atividades da empresa sem justa causa comprovada;

XVIII - subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem; e

VENDA CASADA

XIX - exercer ou explorar abusivamente direitos de propriedade industrial, intelectual, tecnologia ou marca.

Preço Predatório

- **A análise de Preço Predatório é feita com base no Guia (Portaria nº70, de 12 de dezembro de 2002), em 5 etapas:**
 - (i) **Definição de mercado relevante** – delimitação do que está sendo afetado pela prática de preços predatórios;
 - (ii) **Avaliação das barreiras à entrada** – se não forem significativas, a análise não deve prosseguir, pois a empresa não seria capaz de obter lucros extraordinários pela entrada de novos concorrentes;
 - (iii) **Condições de oferta** – verificar se a suposta empresa predatória possui capacidade ociosa para atender à nova demanda;
 - (iv) **Capacidade de financiamento** – a análise deve apontar essa capacidade para sustentar as perdas incorridas no período de predação;
 - (v) **Preço e custo** – a última etapa verifica se o preço é inferior ao custo variável médio e se há justificativas