

Aula 08

Paradigma Estrutura, Conduta e Desempenho

Claudio R. Lucinda

FEA-RP/USP



Agenda

1 Poder de Mercado Unilateral



Agenda

- 1 Poder de Mercado Unilateral
- 2 Abordagens Modernas – Parâmetro de Conduta



O que é poder de mercado?

- Retirado do site do CADE:
 - Uma empresa ou grupo de empresas possui poder de mercado se for capaz de manter seus preços sistematicamente acima do nível competitivo de mercado sem com isso perder todos os seus clientes.
 - Em um ambiente em que nenhuma firma tem poder de mercado não é possível que uma empresa fixe seu preço em um nível superior ao do mercado.
 - Se assim o fizesse os consumidores naturalmente procurariam outra empresa para lhe fornecer o produto que desejam ao preço competitivo de mercado.



Questões do Capítulo e SCP

- Questões
 - Quanto de poder de mercado as firmas exercem?
 - Quais fatores aumentam a probabilidade de exercício de poder de mercado?
- Paradigma Estrutura-Conduita-Desempenho
 - A estrutura influencia a lucratividade através da conduita das firmas
 - O comportamento das firmas é determinado pela concentração?



Teorias de Mark-Up e Lucros

- Existem mais estruturas de mercado do que as 4 usuais:
 - Concorrência Perfeita
 - Concorrência Monopolística
 - Oligopólio
 - Monopólio
- Preço $>$ CMg não garante lucro $>$ 0
- O Lucrocp $>$ 0 não implica Lucrolp $>$ 0
- Livre entrada implica Lucrolp = 0



Estrutura-Conduta-Desempenho

- Mason x Stigler (ECP é descritivo, não analítico)
- ECP tem 2 estágios:
 - mensuração de performance e de estrutura
 - estabelece relação entre elas (cross-section)
- Mensuração de Performance
 - Taxa de retorno
 - Margem preço-custo
 - O q de Tobin (valor de mercado da firma pelo valor dos ativos)



Mensuração de Estrutura

- Concentração de mercado
 - Taxa de concentração das 4 firmas (C4)
 - Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)
- Medidas de concentração não são exógenas
- Barreiras à entrada (curto e longo prazo)
 - Escala mínima eficiente
 - Intensidade de publicidade
 - Intensidade de capital
 - Percepção subjetiva das dificuldades de entrar
- \neq entre barreira e velocidade de entrada



Relação entre Estrutura e Performance

- Taxas de retorno e concentração
 - Evidências empíricas controversas sobre relação taxa de retorno–concentração–barreiras
 - Indústrias com maior relação capital-produto são mais concentradas
- Margem de lucro e estrutura
 - Vínculo margem preço-custo e concentração é baixo e declinante
 - Estudos por setor reforçam vínculo
- Problemas dos estudos ECP
 - Mensuração estatística
 - Conceituais



Receita Marginal=Custo Marginal, revisitados

- Seria possível determinar, a partir dos dados observados, se os casos polares de competição e monopólio são discerníveis?
 - Basicamente, o autor pressupõe que as quantidades e preços observados são o resultado do equilíbrio entre uma curva de demanda e uma relação de oferta.
 - A forma mais geral desta relação de oferta é $RMg_p = CMg$, em que RMg_p representa a receita marginal percebida pela empresa.



Receita Marginal Percebida

- A Receita Marginal associada, por sua vez, é dada por:

$$RMg_j = \frac{\partial(P \times q_j)}{\partial q_j} = P + q_j \frac{\partial P}{\partial Q} \frac{\partial Q}{\partial q_j}$$

- O termo $\frac{\partial Q}{\partial q_j}$ é o que dá a “percebida” para a Receita Marginal percebida.
- Esta fórmula abrange todos os casos tradicionais de Microeconomia.



Receita Marginal Percebida (II)

- Vamos desempacotar um pouco mais esta parte “percebida” da Receita Marginal:

$$\frac{\partial Q}{\partial q_j} = \sum_{k=1}^J \frac{\partial q_k}{\partial q_j} = \left(1 + \sum_{k \neq j} \frac{\partial q_k}{\partial q_j} \right) = \lambda$$

- O que implica na seguinte expressão para a Receita Marginal Percebida - se assumirmos uma demanda linear:

$$RMg_j = P + q_j \frac{\lambda}{\alpha_1}$$

- As estimativas para o parâmetro λ podem ser obtidas a partir da estimação de demanda - para obtermos uma estimativa para o α_1 - e uma relação de oferta, que nada mais é do que igualarmos isso à receita marginal percebida ao custo marginal.



O Papel dos Custos

- Aqui precisamos trazer o outro lado – da tecnologia – para derivarmos a nossa relação de oferta. Existem várias opções aqui:
 - Custos Marginais determinados externamente – Por exemplo, Genesove e Mullin fazem isso para o mercado de açúcar, e Wolfram (1999) para o mercado de eletricidade da Califórnia.
 - Imposição de uma forma funcional linear nos parâmetros e dependendo dos custos de fatores, mas não dependendo da quantidade produzida
 - Imposição de uma forma funcional linear nos parâmetros e dependendo dos custos de fatores e da quantidade produzida da empresa. O Caso de Bresnahan (1982) e Lau (1982).



O Papel dos Custos (II):

- Iremos falar aqui do segundo dos casos, em que:

$$CMg_j = \phi_0 + \phi_1 W_j + \xi_j$$

- Igualando o Custo Marginal com a Receita Marginal Percebida, temos:

$$\begin{aligned} RMg_j &= CMg_j \\ P + q_j \frac{\lambda}{\alpha_1} &= \phi_0 + \phi_1 W_j + \xi_j \end{aligned}$$



Modelo Estimável

- Com tudo isso, chegamos às seguintes equações estimáveis:

$$P = \frac{-\alpha_0}{\alpha_1} - \frac{\alpha_2}{\alpha_1} Y + \frac{Q}{\alpha_1} - \epsilon$$

$$P = -q_j \frac{\lambda}{\alpha_1} + \phi_0 + \phi_1 W_j + \xi_j$$

- Basicamente, qual é o problema econométrico aqui?
- Na equação de baixo, temos uma razão entre dois coeficientes, λ e α_1 . Todavia, conseguimos estimar o α_1 a partir da equação de demanda (basicamente a gente usa W_j como instrumento para Q na equação de demanda), e aí consegue desamararr o λ .



Valores de λ

- E como este λ pode ser usado para identificarmos o sobrepreço de cartel? Em primeiro lugar, como checagem de consistência da metodologia, deveríamos checar se o λ resultante está de acordo com alguma estrutura de mercado:
 - Para Oligopólio competindo à la Cournot: $\lambda = 1$
 - Para Competição Perfeita: $\lambda = 0$
 - Para Cartel/Solução de Monopólio: $\lambda = 1/s_j$
- Independentemente do que se considera sobre a modelagem do parâmetro de conduta, podemos obter qual seria o preço contrafactual.
 - Basicamente, substituiríamos no valor de λ o valor correspondente à estrutura de mercado que consideraríamos que melhor representasse o comportamento das empresas no cartel e utilizamos os valores das variáveis e outros coeficientes para estimar uma trajetória contrafactual para a empresa.



Mas....(Sempre tem um mas, não é?)

- No entanto, não podemos perder de vista que isso é o resultado das seguintes premissas:
 - Produto Homogêneo
 - Demanda Linear
 - Custo Marginal independente da quantidade produzida
 - Termos quantidades das empresas específicas
- Cada uma destas premissas pode – ou não – ser adequada para o contexto em que se faz necessário o cálculo da margem do cartel. Mas temos que saber o que fazer quando estas premissas não são adequadas para o contexto e, mesmo assim, desejamos manter a abordagem estrutural para estimar a margem de sobrepreço do cartel.

