

### Exercício de Poder de Mercado – fatores relevantes

Após conclusão de que uma operação apresenta possibilidade de exercício de poder de mercado, análise busca avaliar a probabilidade do exercício deste poder de mercado criado ou aprofundado pela operação.

#### I. Entrada

Objetivo: identificar um mercado contestável (histórico ou provável).

Mercados contestáveis apresentam baixas **barreiras à entrada**. Preocupação concorrencial se forem significativas estruturalmente ou se agravados com a operação:

- a) economias de escala ou escopo;
- b) custos irrecuperáveis;
- c) fidelidade à marca;
- d) exigências legais ou regulatórias;
- e) vantagens exclusivas no acesso a recursos e insumos;
- f) integração na cadeia produtiva;
- g) baixo histórico de entradas nos últimos cinco anos;

Outra visão da força competitiva dos entrantes: verificar se entrada

- i. provável (crescimento do mercado maior que cap. ociosa e EMV)
- ii. tempestiva (operacional em 2 anos)
- iii. suficiente (entrantes disciplinam mercado)

#### II. Rivalidade

Mercado em que rivalidade se mantém após operação exclui probabilidade de exercício poder de mercado. Análise paralela: (i) efeitos sobre preços; (ii) características de mercados

(i). No efeito sobre preços, em mercados com produtos homogêneos, aumentos preços pós-operação dependem da variação do HHI .

(i) No efeito sobre preços, em mercados de produtos diferenciados, aumentos de preços pós-operação dependem da proximidade, para consumidores, dos produtos envolvidos (1º e 2º opções):

$$GUPPI = (p_2 - c_2) D_{12} \quad \text{ou} \quad GUPPI = (p_2 - c_2)/p_1 D_{12}$$

Onde  $(p_2 - c_2) =$  margem operacional;  $D_{12} =$  taxa de desvio do consumo do bem 1 para o bem 2.

Cálculo simplificado de  $D_{12} = REC_1 s_2 / (1 - s_1)$ , onde  $REC_1$  é a retenção das vendas da empresa 1 devido a aumento de preços que não vão para as outras empresas do setor (parte se perde entre empresas 1 e 2).

Benchmark de GUPPI: 10% ou fazer em relação a variações de custos (eficiências que reduzem o custo incremental  $c_1$  em  $E$ ):

$$UPP = (p_2 - c_2)/p_1 D_{12} - Ec_1,$$

(ii) Rivalidade – características dos mercados

Mercados com as seguintes características apresentam *menor* rivalidade

- a) estabilidade das parcelas de mercado nos últimos anos;

- b) grande dispersão de preços;
- c) baixa elasticidade preço cruzada da demanda;
- d) baixo crescimento ou estagnação da demanda\*\*;
- e) extensa e desigual integração vertical, perfil dos portfólios ou serviços pós/pré vendas ou distribuidores/logística ou financiamento da produção (crédito);
- f) clientes muito comprometidos (ou com alto custo de troca);
- g) alta transparência nas transações para concorrentes;
- h) margem de lucro\*\*;
- i) economias de escala\*\*;
- j) baixa capacidade ociosa\*\*.

**III. Efeitos Coordenados** são uma forma de dano à concorrência, com nexos em redução de rivalidade pós-AC. Características de mercados mais sujeitos a coordenação tácita (acomodação competitiva):

- i. poucas empresas;
- ii. transparência entre concorrentes das transações repetidas;
- iii. capacidade ociosa, custos similares e alta sensibilidade clientes a preços;
- iv. maturidade do mercado e estabilidade tecnológica (ausência *mavericks*);
- v. histórico coordenação ou relações societárias ou comerciais ou empresariais;
- vi. Reduzido poder de compra dos clientes\*; baixa elasticidade-preço do produto\*; interação vários mercados\*; baixo custo capital\*.

#### **IV. Poder compensatório.**

O ato de concentração gera maior força competitiva frente aos vendedores de insumos. Se estes já concentrados e detendo poder de mercado, AC gera *poder compensatório*. Mas em última instância, deve-se avaliar o *repassé* desta compensação aos consumidores. Se fornecedores de insumos não concentrados, AC pode gerar *poder de monopólio*, que pode ser ineficiente ou eficiente (disputa de margens menos relevante). Mas a questão dos efeitos sobre consumidores a jusante mantém-se central para avaliação de dano à concorrência.

*Extensão: Efeitos econômicos de participações minoritárias sem aquisição de controle.* Em que pesem os as formas de controle e influência entre acionistas (participação acionária e regras de votação e acordos de acionistas), a análise econômica se concentra na ideia chave: se o investidor minoritário decidir aumentar preços, percebe parte dos lucros perdidos via desvio da demanda para a firma investida, na proporção de seu investimento.

Salop e O'Brien (2000) apresentam um indicador desta pressão sobre preços (similar a UPP):  $PPI = \beta D_{12} (p_2 - c_2)/c_1$ , usando a notação acima e onde  $\beta$  é a participação da empresa 1 na empresa 2. Este é o incentivo para aumentos de preço da investidora.

No caso de produtos homogêneos, os autores sugerem utilizar um HHI modificado para avaliar o efeito da redução da concorrência de investimento de 1 sobre 2, sem controle ou influencia:

$$DMHHI = \beta s_1 s_2 / \eta$$

onde  $\eta$  representa a elasticidade preço da demanda (em valor absoluto) de mercado,  $s_i$  a participação de mercado em quantidades.