

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**METODOLOGIA BRASILEIRA DE ANÁLISE DE
ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL: A
PERSPECTIVA DA ESCOLA AUSTRIACA vs.O
*MAINSTREAM***

MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO

Mariana Piaia Abreu

Santa Maria, RS, Brasil

2011

**METODOLOGIA BRASILEIRA DE ANÁLISE DE ATOS DE
CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL: A PERSPECTIVA DA
ESCOLA AUSTRIACA vs. O *MAINSTREAM***

Mariana Piaia Abreu

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Ciências Econômicas**

Orientador: Prof. Dr. Paulo Ricardo Feistel

Santa Maria, RS, Brasil

2011

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Ciências Econômicas**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a monografia

**METODOLOGIA BRASILEIRA DE ANÁLISE DE ATOS DE
CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL: A PERSPECTIVA DA ESCOLA
AUSTRIACA vs. O *MAINSTREAM***

elaborado por
Mariana Piaia Abreu

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Econômicas

COMISSÃO EXAMINADORA:

Paulo Ricardo Feistel, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Clailton Ataídes de Freitas, Dr. (UFSM)

Marcelo Arend, Dr. (UFSM)

Santa Maria, 11 de julho de 2011.

“Only ideas can overcome ideas.”

Ludwig Von Mises

RESUMO

Monografia de graduação
Curso de Ciências Econômicas
Universidade Federal de Santa Maria

METODOLOGIA BRASILEIRA DE ANÁLISE DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL: A PERSPECTIVA DA ESCOLA AUSTRÍACA vs. O *MAINSTREAM*

AUTOR: MARIANA PIAIA ABREU

ORIENTADOR: PROF. Dr. PAULO RICARDO FEISTEL

Data e Local: Santa Maria, 11 de julho de 2011.

A Escola Austríaca de Economia e a Escola Neoclássica divergem quanto à análise de mercado. A primeira pauta-se na ação humana para analisar o mercado; este é processo que tende ao equilíbrio, porém sem alcançá-lo. A segunda vê o mercado como um estado de equilíbrio no qual os agentes maximizam suas utilidades. Essas divergências avançam para o campo da concentração de mercado, que, para a Escola Austríaca é uma situação normal dos processos competitivos, e que, para Escola Neoclássica, é uma falha de mercado que deve ser corrigida pelo governo. Desta forma, tem-se o objetivo deste trabalho: analisar se a atual metodologia para a análise dos atos de concentração horizontal utilizada pelo Brasil, tendo como base o núcleo teórico neoclássico, é benéfica ou prejudicial ao próprio mercado. Utilizando os princípios teóricos da Escola Austríaca, ver-se-á que a atual metodologia brasileira utilizada para analisar os atos de concentração prejudica o mercado, ao invés de beneficiar e proteger a concorrência, como é o seu objetivo.

Palavras-chave: Escola Neoclássica. Escola Austríaca de Economia. Mercado. Atos de concentração horizontal.

ABSTRACT

Monograph of graduation
Economics Course
Santa Maria Federal University

BRAZILIAN METHODOLOGY OF ANALYSIS OF HORIZONTAL MERGER: THE PERSPECTIVE OF THE AUSTRIAN SCHOOL vs. THE *MAINSTREAM*

Author: MARIANA PIAIA ABREU
Mastermind: PROF. Dr. PAULO RICADO FEISTEL
Date and Place: Santa Maria, July 11, 2011.

The Austrian School of Economics and Neoclassical School diverge on the market analysis. The first stave is to analyze human action in the market, this is a process that tends to equilibrium, but without reaching it. The second sees the market as an equilibrium state in which agents maximize their utilities. These differences to advance the field of market concentration, which for the Austrian School is a normal situation of competitive processes, and that for the Neoclassical School, is a market failure that must be corrected by the government. These way, lead to the objective of the study: to analyze whether the current methodology for the analysis of horizontal mergers used in Brazil, based on the core of Neoclassical Theory, it is beneficial or detrimental to the market. Using the principles of the Austrian School theory, will see that the current methodology used to analyze the Brazilian mergers affect the market, rather than to benefit and protect competition, as is your objective.

Key-words: Neoclassical School. Austrian School of Economics. Market. Horizontal Merger.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Curvas de oferta e de demanda tradicionais.....	20
FIGURA 2 – Caixa de Edgeworth: demandas brutas e demandas líquidas.....	22
FIGURA 3 – Equilíbrio na caixa de Edgeworth I – trocas.....	23
FIGURA 4 – Equilíbrio na caixa de Edgeworth II – produção.....	24
FIGURA 5 – Fronteira de possibilidades de produção.....	25
FIGURA 6 – Demanda e oferta da firma e do mercado em perfeita.....	27
FIGURA 7 – Equilíbrio do Monopólio.....	29
FIGURA 8 – Monopólio Natural.....	30
FIGURA 9 – Poder de Monopólio.....	31
FIGURA 10 – Ônus do Monopólio.....	32
FIGURA 11 – Comparação do equilíbrio entre concorrência perfeita e concorrência monopolística.....	34
FIGURA 12 – Tempo Newtoniano e Tempo Real.....	39
FIGURA 13 – Cones “Austriacos”.....	44
FIGURA 14 – Caixa de Edgeworth: eficiência na troca e na produção.....	53
FIGURA 15 – Padrões básicos de implementação da política de defesa da concorrência	67
FIGURA 16 – Elasticidade-preço da demanda em uma curva de demanda linear.....	113
FIGURA 17 – Demanda completamente inelástica e infinitamente elástica.....	113
FIGURA 18 – Quadro societário da AmBev após a operação - Ações Ordinárias.....	122

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Medidas de Concentração.....	57
QUADRO 2 – Fases da Constituição brasileira conforme a defesa da concorrência.....	72
QUADRO 3 – Composição acionária da Brahma.....	121
QUADRO 4 – Composição acionária da Antarctica.....	121
QUADRO 5 – Mercado relevante – caso AmBev.....	123
QUADRO 6 – Parcela de mercado – caso AmBev.....	124
QUADRO 7 – Ementa do Caso Garoto Nestlé.....	132

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A – Equilíbrio e a Lei de Walras.....	109
APÊNDICE B – Elasticidades.....	112
APÊNDICE C – Empreendedor “austríaco” vs. empresário schumpeteriano.....	117
APÊNDICE D – Exemplos de atos de concentração horizontal brasileiros.....	120

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A – Tabela comparativa entre Escola Neoclássica e Escola Austríaca....	133
ANEXO B – Guia econômico de análise de atos de concentração horizontal.....	135
ANEXO B1 – As Etapas de Análise Econômica de Atos de Concentração Horizontal.....	135
ANEXO B2 – Detalhe da Etapa III - Exercício de Poder de Mercado.....	136
ANEXO C – Exemplos de atos de concentração horizontal brasileiros.....	137
ANEXO C1 – Definição de mercado relevante no caso AmBev.....	137
ANEXO C2 – Exame da probabilidade do exercício de poder de mercado – a entrada no caso Garoto-Nestlé.....	139

LISTA DE SIGLAS

CADE – Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência

EA – Escola Austríaca de Economia

SBDC- Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência

SDE – Secretaria de Desenvolvimento Econômico

SEAE – Secretaria de Acompanhamento Econômico

EMV – Escala Mínima Variável

MF – Ministério da Fazenda

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 TEORIA DE MERCADO DA ESCOLA NEOCLÁSSICA	17
2.1 Premissas	17
2.1.1 Tempo Newtoniano.....	17
2.1.2 Homem Econômico Racional.....	18
2.2 Equilíbrio	20
2.2.1 Equilíbrio Parcial.....	20
2.2.2 Equilíbrio Geral.....	21
2.3 Estruturas de Mercado	25
2.3.1 Concorrência Perfeita.....	26
2.3.2 Monopólio.....	28
2.3.2.1 Monopólio Natural.....	29
2.3.2.2 Poder de Monopólio.....	30
2.3.2.3 Ônus do Monopólio.....	31
2.3.3 Oligopólio.....	32
2.3.4 Concorrência Monopolística.....	33
3 TEORIA DE MERCADO DA ESCOLA AUSTRIACA DE ECONOMIA – A CATALÁXIA	36
3.1 Premissas	37
3.1.1 Tempo real.....	37
3.1.2 Incerteza genuína.....	39
3.1.3 Valor e Utilidade.....	40
3.2 Processo de Mercado	41
3.3 Competição	45
3.3.1 Monopólio.....	46
3.3.2 Monopólio na Produção.....	48
4 AS PERSPECTIVAS DA EFICIÊNCIA	51
4.1 Escola Neoclássica e a eficiência	52
4.1.1 Eficiência Estática.....	52
4.1.2 Falhas de Mercado.....	54
4.1.3 Poder de mercado e Concentração.....	55
4.2 A Escola Austríaca e a eficiência	58
4.2.1 Premissa fundamental: a eficiência dinâmica.....	58
4.2.1.1 Função empresarial.....	59
4.2.2 Desmistificação sobre as “falhas de mercado”.....	61
5 DEFESA DA CONCORRÊNCIA: A REGULAÇÃO	65

5.1 Teoria Neoclássica e a Regulação e Defesa da Concorrência	65
5.2 História da regulação e defesa da concorrência	68
5.3 A defesa da concorrência no Brasil.....	70
5.4 Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência	73
6 ANÁLISE CRÍTICA DA METODOLOGIA BRASILEIRA UTILIZADA NOS ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL.....	76
6.1 Guia para análise econômica de atos de concentração horizontal.....	77
6.1.1 Definição de Mercado Relevante.....	79
6.1.2 Determinação da Parcela de Mercado.....	81
6.1.3 Exame da Probabilidade de Exercício de Poder de Mercado.....	83
6.1.4 Exame das Eficiências Econômicas Geradas pelo Ato.....	87
6.1.5 Avaliação dos efeitos líquidos dos atos.....	89
6.2 Regulação dos atos de concentração horizontal: uma crítica final.....	91
7 CONCLUSÃO	98
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	101
APÊNDICES.....	109
ANEXOS	133

1 INTRODUÇÃO

Na década de 1870 se consolidou uma nova concepção de valor¹, uma teoria subjetiva, com a utilização do princípio da utilidade marginal em substituição à teoria do valor trabalho, dominante até então. A teoria subjetiva do valor foi desenvolvida simultaneamente pelo inglês William Stanley Jevons, o francês Léon Walras e o austríaco Carl Menger.

Durante as décadas posteriores os marginalistas foram afastando-se, criando três vertentes de pensamento econômico, a escola inglesa, liderada por Marshall, que buscava transigir com a escola clássica, tendo como principal concepção o equilíbrio parcial; a escola francesa, que liderada por Walras e seguida por Pareto, aprofundou a análise marginalista, arraigando o estudo econômico em termos matemáticos; e a Escola Austríaca, na qual se destaca Eugen von Böhm-Bawerk, orientada para a análise da importância do conceito de utilidade como conceito categórico do valor dos bens².

As teorias de Jevons e de Walras foram se aproximando, essencialmente pelo arcabouço matemático usado nas duas teorias, formando a Escola Neoclássica. Jevons, desde o início incorporou em sua teoria a termodinâmica, importando da física os conceitos de valoração. Walras foi influenciado pela parte estática do campo da física, a mecânica; foi Pareto que, mais tarde, incorporou conceito da termodinâmica à teoria walrasiana. Menger, em particular, não se encaixa neste arcabouço teórico – de ciências exatas –, justamente por não considerar o conceito de equilíbrio, nem a utilização da matemática, salvo quando esta é usada como linguagem complementar da exposição teórica³.

A partir desta divergência metodológica, separam-se a Escola Neoclássica e a Escola Austríaca de Economia. A primeira baseada em preceitos de maximização da utilidade, de otimização e de equilíbrio. A segunda, no conceito subjetivo de utilidade, na ação humana e no processo de mercado que tende ao equilíbrio. Da Escola Neoclássica, segue-se a teoria de mercado que domina no meio econômico, com mercados em equilíbrio, no qual, quando falhas ocorrem, o governo intervém para corrigi-las e levar o mercado novamente ao equilíbrio. Da EA segue-se a teoria de mercado na qual não há equilíbrio, apenas um processo de mercado que tende a tal; em que as ditas “falhas de mercado” são apenas desajustes normais, que o governo, ao intervir, tende a amplificá-las.

¹ Já havia concepções primitivas sobre a teoria subjetiva de valor: os Escolásticos tardios da Escola de Salamanca - descendentes de São Tomás de Aquino – e posteriormente Richard Cantillon. (IORIO, 1997, p. 63).

² HAYEK, 1934, p. 2.

³ PAULA, 2002, p. 143-144.

Uma das principais falhas de mercado consiste no poder de mercado, evidenciado quando há concentração neste. Os atos de concentração – fusões, aquisições, e *joint ventures* –, no âmbito da política, mais especificamente no que tange as leis antitruste – leis de defesa da concorrência –, fundamentam-se, basicamente, nos conceitos de mercado neoclássicos. Assim sendo, estas leis visam evitar a concentração econômica que gere prejuízos à sociedade em geral. Os atos de concentração são vistos, conforme a teoria neoclássica, como prejudiciais ao mercado, pois, em tese, tendem a elevar a concentração e poder de mercado, ofertando menor quantidade de bens e serviços a preços mais elevados e eliminando a concorrência no setor – em comparação ao mercado com perfeita concorrência –. Assim, a regulação e defesa da concorrência são estratégias que buscam limitar o exercício do poder de mercado, controlando as ineficiências geradas pela concentração de mercado.

Contrapondo esta análise, a EA defende que o poder de mercado não é prejudicial, em oposição diametral aos neoclássicos. A detenção de uma maior parcela de mercado ocorre em recompensa à ação eficiente do empresário; contudo a concorrência não é aniquilada. O monopólio – forma extrema de poder de mercado – é temporário, logo haverão concorrentes neste setor monopolizado. Devido ao conceito diferenciado de monopólio, teóricos da EA defendem que o único monopólio não temporário e imune à concorrência é o monopólio com concessão de privilégios estatais; assim, concebe as leis antitruste como impeditivas à ação do livre mercado e com resultados opostos aos almejados⁴.

No Brasil, a primeira manifestação acerca da defesa da concorrência remonta à Constituição de 1938, de inspiração fascista. Porém, foi em 1994, como parte da reforma econômica, que as leis antitruste tomaram a atual forma. Uma das mudanças foi a efetivação do controle preventivo dos atos de concentração, agindo desta forma, por antecipação, o controle dos atos de concentração objetivariam prevenir a criação ou aumento do poder de mercado que pudesse levar ao abuso da posição vantajosa.

Neste contexto apresenta-se a temática deste trabalho: análise crítica à metodologia brasileira utilizada na avaliação dos atos de concentração horizontal, baseando-se na Escola Austríaca de Economia.

A divergência quanto à concentração de mercado entre a EA e a Escola Neoclássica, leva à indagação que o presente trabalho visa responder, de se a atual metodologia para a análise dos atos de concentração horizontal utilizada pelo Brasil, tendo como base o núcleo teórico neoclássico, é benéfica ou prejudicial ao próprio mercado?

⁴ BRAUN, 1999, p. 137-138 passim.

Para responder tal pergunta, este trabalho tem como objetivo geral, analisar o Guia para análise econômica de atos de concentração horizontal, que apresenta procedimentos e princípios que a SEAE e a SDE adotam na análise destes atos. Para tanto, faz-se necessário, mais especificamente: (i) o estudo da teoria de mercado na Escola Neoclássica e da EA; (ii) a diferenciação das eficiências para estas duas escolas, a estática para a Neoclássica e a dinâmica para a EA; e (iii) a análise da essência da legislação antitruste brasileira.

O método utilizado para a consecução dos objetivos merece total cuidado, pois uma das principais divergências entre a Escola Neoclássica e a EA, desde seus primórdios, é o método científico. A teoria econômica tradicional utiliza-se do positivismo⁵, o mesmo método das ciências naturais⁶. Todavia, isto é um grave equívoco epistemológico, pois esta abordagem não condiz com a ciência econômica, já que não há como fazer experimentações com o processo social.

Logo, o monismo metodológico deve ser rejeitado, sendo necessário o uso de metodologias distintas para o estudo das ciências naturais e as ciências sociais. O principal teórico da EA do século XX, Ludwig von Mises, aborda essa questão do dualismo metodológico. Parte da constatação de que as ações dos seres humanos não podem ser analisadas tendo como fundamento os métodos aplicados às ciências naturais, nas quais tem o positivismo – empiricismo – como abordagem dominante:

Methodological dualism refrains from any proposition concerning essences and metaphysical constructs. It merely takes into account the fact that we do not know how external events – physical, chemical, and Physiological – affect human thoughts, ideas, and judgments of value. This ignorance splits the realm of knowledge into two separate fields, the realm of external events, commonly called nature, and the realm of human thought and action. (MISES, 2007, p. 1).

A economia, então, é uma ciência apriorística lógico-dedutiva, ou seja, o estabelecimento de uma lei econômica parte de um princípio – axioma auto-evidente e não contraditório – e dele se deduz logicamente todas as suas consequências. Assim, um estudo econômico deve ser construído com vistas ao objeto de seu estudo que muda constantemente: o mundo humano de atuação teleológica, ou seja, a ação humana deliberada que busca um fim. Enfim, para a EA a teoria econômica faz parte de uma teoria maior, a praxeologia⁷.

⁵ POLLEIT, 2010.

⁶ “They proclaimed the experimental methods of the natural sciences to be the only adequate mode of research, and induction from sensory experience the only legitimate mode of scientific reasoning. They behaved as if they had never heard about the logical problems involved in induction. Everything that was neither experimentation nor induction was in their eyes metaphysics, a term that they employed as synonymous with nonsense.” (MISES, 2007, p. 2).

⁷ “*Praxeologia*: do grego *práxis* – ação, hábito, prática – e *lógica* – doutrina, teoria, ciência. É a ciência ou teoria geral da ação humana.” (GREAVES, 1974 apud MISES, 2010, p. 23).

Especificamente, este trabalho obedece ao dualismo metodológico. Na sua realização, utiliza-se o método dedutivo quanto a sua abordagem, já que a base lógica da investigação parte do geral e passa para o específico. Os métodos de procedimento utilizados são o método comparativo, já que a presente pesquisa busca ressaltar as diferenças e semelhanças entre o pensamento neoclássico e o pensamento da EA, e o método monográfico. Quanto ao delineamento segue-se a pesquisa bibliográfica.

O trabalho está dividido em seis seções, além desta primeira. A segunda seção traz a teoria de mercado da Escola Neoclássica; a terceira seção aborda a teoria de mercado da EA; a quarta seção versa sobre as perspectivas da eficiência, a estática para os Neoclássicos e a dinâmica para a EA; a quinta seção consiste na análise da defesa e regulação da concorrência, seus princípios teóricos e sua história e o desenvolvimento desta no Brasil; a sexta seção avalia o guia de análise econômica de atos de concentração horizontal adotado pela SEAE e a SDE para a análise destes atos; e, por fim, a sétima e última seção apresenta a conclusão do trabalho.

2 TEORIA DE MERCADO DA ESCOLA NEOCLÁSSICA

Para a Escola Neoclássica o conceito de economia é definido como uma ciência que estuda a forma pela qual os homens procuram alocar meios escassos - produzir e distribuir para a sociedade – para melhor satisfazer as necessidades humanas. Esta concepção:

[...] supõe implicitamente um conhecimento dado sobre os fins e os meios, com o qual se reduz o problema econômico a um problema técnico de mera alocação, maximização ou otimização, submetido a restrições que se supõe serem também conhecidas. (SOTO, 2010a, p. 48)

O agente principal dos processos sociais é o *homo oeconomicus*, indivíduo que, por ser egoísta e onisciente, age maximizando seu interesse com o menor custo possível, na busca pela máxima eficiência. Esse homem hipotético é movido apenas por interesses econômicos: “Este suposto personagem, fruto da imaginação de uma filosofia espúria, não tem, nem nunca teve, contrapartida na realidade. [...] É desnecessário, ao se estudar a vida e a história, perder tempo ocupando-se de tal homúnculo irreal.”⁸

O presente capítulo apresentará, inicialmente, as premissas básicas que regem a teoria de mercado da Escola Neoclássica. Após, apresentar-se-á o princípio básico da teoria dominante, o equilíbrio, primeiramente na forma de equilíbrio parcial e após o equilíbrio geral. As estruturas de mercado finalizarão o capítulo, tratando primeiramente do modelo principal, o equilíbrio perfeito, depois de seu antônimo, o monopólio, findando com as estruturas que não compõem a forma clássica, mas igualmente importantes, o oligopólio e a concorrência monopolística.

2.1 Premissas

2.1.1 Tempo Newtoniano

No modelo de equilíbrio geral, a formação dos preços e as decisões referentes às trocas, ocorrem ao mesmo tempo⁹. Deste modo, tanto as causas como os efeitos, o presente e

⁸ MISES, 2010, p. 92.

⁹ VARIAN, 2006, p. 603.

o futuro, fazem parte do mesmo instante. Nos modelos de equilíbrio intertemporal, no qual se busca corrigir o problema do tempo, a hipótese de existência de todos os mercados no presente, dada a tomada de decisões em determinado momento, acaba fazendo do futuro somente um desenrolar das decisões tomadas no tempo inicial, como se não houvessem acontecimentos no período entre o presente e o futuro:

A concepção newtoniana de tempo estabelece uma analogia entre tempo e espaço, à medida que simboliza a passagem do tempo por meio de movimentos ao longo de uma linha, em que os diferentes períodos de tempo são representados por uma sucessão de segmentos de reta (no caso de variáveis discretas), ou são retratados com uma sucessão de pontos (no caso de continuidade). (IORIO, 1997, p. 50).

São três as características desta concepção de tempo:

- i) Continuidade matemática: há uma divisibilidade continua no tempo, tornando-o um ponto, determinado tempo, isolado e sem ligações com os demais pontos. Se o tempo newtoniano fosse real, a mobilidade dos recursos teria de ser infinitamente grande para que os ajustamentos dos processos de mercado fossem dados instantaneamente¹⁰.
- ii) Inércia causal: não há acréscimos de variáveis no tempo; tudo que é necessário para conduzir as mudanças já está englobado ao sistema no período inicial. Nesta preposição não existe incorporação de novos conhecimentos, o que torna os modelos nada aproximados da realidade, já que os agentes econômicos, como seres humanos, aprendem com o passar do tempo, isto é, tem acréscimos de conhecimento.
- iii) Homogeneidade: esta concepção faz uma analogia entre tempo e espaço; desta forma, sendo as posições temporais, o tempo é algo estático, já que nada acontece, um ponto é igual a outro ponto. Os agentes de mercado nada aprendem no decorrer do tempo, este transcorre sem mudanças.

2.1.2 Homem Econômico Racional

Para facilitar as investigações econômicas, estudiosos necessitavam saber como o homem age. Contudo, o comportamento humano é muito complexo e para facilitar a investigação analítica:

¹⁰ “Aí reside o chamado ‘paradoxo newtoniano’: se o ajustamento fosse instantâneo, porque seriam necessárias as mudanças e as variações? A consequência disso é que a teoria tradicional [neoclássica] é forçada a adotar o expediente de considerar cada mudança como sendo proveniente de fora do sistema, isto é como sendo exógena.” (IORIO, 1997, p. 51).

Os economistas assumiram que o estudo das ações econômicas do homem poderia ser feito abstraindo-se as outras dimensões culturais do comportamento humano: dimensões morais, éticas, religiosas, políticas, etc., além das influências psicológicas. Concentraram seu interesse naquilo que eles identificaram como as duas funções elementares exercidas por todo e qualquer agente econômico: o consumo e a produção. Na economia contemporânea, cabe acrescentar também outra função essencial: o investimento financeiro. (COSTA, 2009, p. 3)

O agente econômico racional é uma das características mais marcantes da economia neoclássica. Esse racionalismo é a ação de um indivíduo em busca da maximização da sua satisfação. A escolha, de acordo com uma relação de preferência, é racional se seguir as propriedades de ser completa e transitiva, com informação perfeita.

Completa no sentido do agente poder comparar duas cestas de bens, como por exemplo, tem-se a cesta x e a cesta y , onde $x \succeq y$, ou $y \succeq x$ ¹¹, ou ambos; ou seja, as relações de preferências são bem definidas entre duas cestas quaisquer. A transitividade dá-se no sentido de que, por exemplo, têm-se três cestas, x , y e z , na qual $x \succeq y$ e $y \succeq z$, então por lógica $x \succeq z$; em palavras, se a cesta x é tão boa quanto a cesta y , e a cesta y é tão boa quanto a cesta z , então a cesta x é tão boa quanto a cesta z . A informação completa e perfeita é justificável à medida que dá ao agente o conhecimento de todas as cestas existentes, não podendo haver outras que ele não conheça.

Por tais princípios a teoria neoclássica adotou o comportamento calculista, racional e maximizador dos agentes. Usam a matemática para modelar o comportamento humano a fim de compreender com maior clareza o aspecto subjetivo que o acompanha. Seus estudos são baseados em modelos quantitativos, portanto, necessitam modificar variáveis qualitativas, referentes ao comportamento humano, para variáveis quantitativas, com um padrão de comportamento.

¹¹Usa-se para denotar a relações de preferências a notação “ \succeq ”, que é a relação binária do conjunto de alternativas X , que permite a comparação de pares de alternativas $x, y \in X$ (x e y que pertencem ao conjunto X). Escreve-se $x \succeq y$ com o significado de que x é pelo menos tão bom quanto y . Da mesma forma, deduzimos: (i) $x \succ y \Leftrightarrow x \succeq y$ mas não $y \succeq x$, ou seja, x é estritamente preferível à y , se e somente se, x é tão bom quanto y , mas y não é tão bom quanto x ; (ii) $x \sim y \Leftrightarrow x \succeq y$ e $y \succeq x$, ou seja, x é indiferente a y , se e somente se, x é tão bom quanto y e y também é tão bom quanto x . Os pressupostos das relações de preferências de serem completas e transitivas trazem implicações para a preferência estrita e para a indiferença: (i) a preferência estrita, \succ , é irreflexiva - x nunca será estritamente preferível a x - e transitiva; (ii) a indiferença, \sim , é reflexiva - para todo x , x é indiferente a x - é transitiva, e é simétrica - se $x \sim y$, então $y \sim x$. (MAS-COLELL, 1995, p. 6-7 passim).

2.2 Equilíbrio

2.2.1 Equilíbrio Parcial

Para os neoclássicos, dadas certas preferências e tecnologia, haverá equilíbrio em um mercado quando a oferta de um dado bem se igualar a demanda deste bem. Assim teremos uma quantidade de oferta e de demanda que terá um correspondente preço de equilíbrio. Este é o equilíbrio parcial, já que a análise se dá em um único mercado.

Usualmente, para analisar o equilíbrio de um mercado, traça-se o tradicional gráfico de oferta de demanda, como o da figura 1:

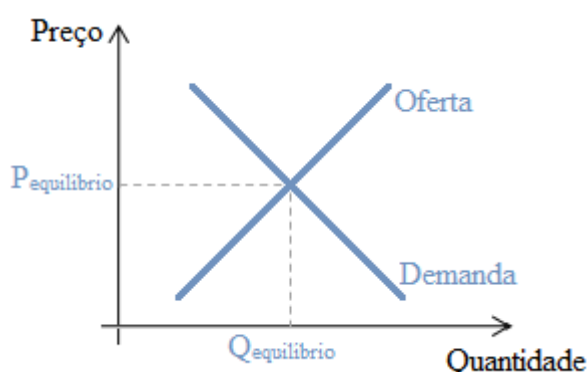


Figura 1 – Curvas de oferta e de demanda tradicionais.

Fonte: elaboração própria.

Para analisar este diagrama deve-se ter em mente que o preço de equilíbrio ajusta-se instantaneamente, os consumidores sabem o quanto será produzido e a qual preço, e os produtores sabem a quantidade a ser demandada e o correspondente preço.

A análise segue no sentido de mostrar que, quando o preço está acima do preço de equilíbrio, a oferta será maior que a demanda, e os preços cairão. Quando há excesso de oferta, pressões sobre os preços se darão, pois: i) pelo lado da oferta, os produtores perceberão que seus estoques estão aumentando e, para vender, baixarão o preço; e, ii) pelo lado da demanda, os consumidores notarão o sobejo e passarão a barganhar um preço mais baixo.

Quando o preço estiver abaixo do preço de equilíbrio, a demanda será maior que a oferta, pressionando os preços para cima. Neste caso, com excesso de demanda, as pressões para a subida dos preços se darão pois: i) pela parte da demanda, os compradores dispor-se-ão a pagar mais, já que ao preço dado não poderão comprar tudo o que desejam; e ii) pelo lado da oferta, os vendedores notarão a escassez e poderão elevar o preço sem perder vendas.

No ponto $P_{EQUILÍBRIO}$ e $Q_{EQUILÍBRIO}$ (Figura 1) a quantidade ofertada pelos produtores e demanda pelos consumidores é idêntica e, desta forma, há equilíbrio neste mercado, ou seja, a quantidade produzida nesse mercado competitivo é eficiente no sentido de Pareto¹².

2.2.2 Equilíbrio Geral

A análise de equilíbrio geral determina preço e quantidade em todos os mercados simultaneamente, levando em conta os efeitos de *feedback*¹³. Para a análise do equilíbrio geral utiliza-se como ferramenta a Caixa de Edgeworth, diagrama que exhibe todas as alocações possíveis de duas mercadorias entre dois consumidores¹⁴. O objetivo é, dado um mercado competitivo, delinear o processo de trocas que leva ao equilíbrio.

Na figura 2 há dois agentes, o agente 1 e o agente 2, e dois bens, bem X e bem Y. Os agentes trocam estes bens entre si para atingir uma alocação final. Inicialmente os agentes chegam ao mercado com suas respectivas dotações inicial, que é a quantidade de cada bem que os agentes trazem ao mercado. No processo de troca, os preços dos bens são dados – digamos por um leiloeiro – e assim, a quantidade dos bens a ser comprada é calculada pelos agentes. Esta quantidade demandada é chamada de demanda bruta. Observe que esta não é uma situação de equilíbrio, já que a demanda de um agente não é igual à oferta do outro.

¹² “Uma situação econômica é dita eficiente no sentido de Pareto se não existir nenhuma forma de melhorar a situação de uma pessoa sem piorar a de outra.” (VARIAN, 2006, p. 329).

¹³ “Um feito de *feedback* é um ajuste de quantidade em um determinado mercado causado pelos ajustes de preços ou de quantidades em mercados correlatos.” (PINDYCK, 2010, p. 522).

¹⁴ “Cabe aqui uma advertência. Se realmente houver duas pessoas envolvidas na transação, não fará muito sentido para elas comportarem-se de maneira competitiva. Ao contrário, elas provavelmente tentariam negociar os termos de troca. Um modo de contornar essa dificuldade é imaginar a Caixa de Edgeworth como uma representação das demandas médias de uma economia com apenas dois *tipos* de consumidores, mas com vários consumidores de cada tipo. Outra forma de lidar com isso é assinalar que o comportamento é implausível no caso de duas pessoas, mas faz perfeito sentido no caso de várias pessoas, que é o que realmente nos interessa.” (VARIAN, op. cit., p. 609).

A demanda líquida do agente 1 pelo bem X será “a diferença entre sua demanda total e a dotação inicial do bem X que o agente tem.”¹⁵. Da mesma forma, o conceito de demanda líquida se estende para o bem Y e para o agente 2.

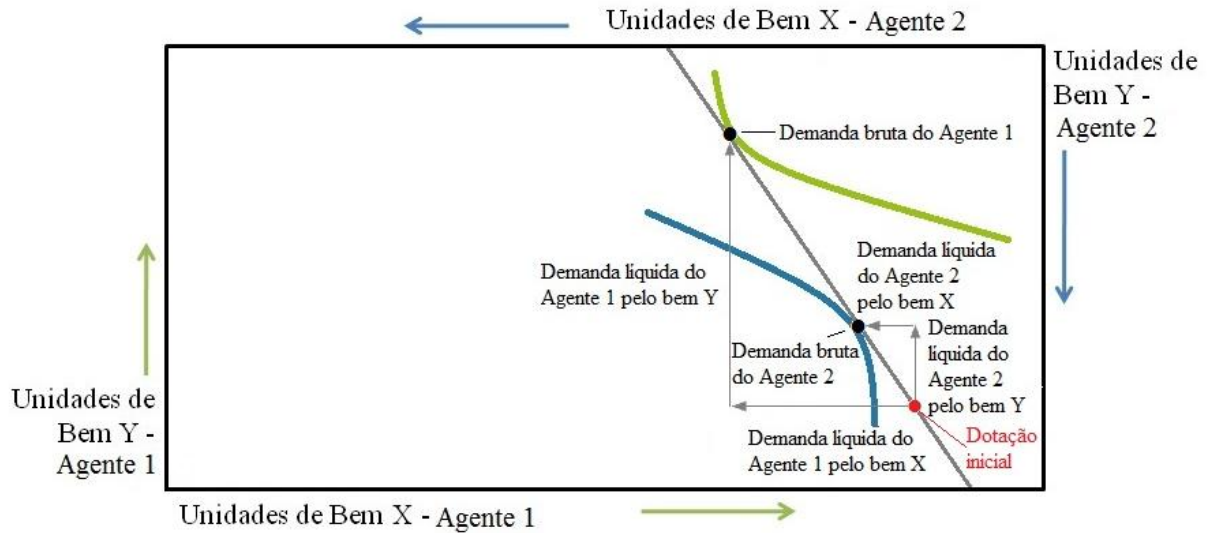


Figura 2 – Caixa de Edgeworth: demandas brutas e demandas líquidas.

Fonte: VARIAN, 2006, p.610. Elaboração própria.

“Para preços arbitrários [...] nada garante que a oferta se iguale à demanda.”¹⁶. Nessa situação o mercado está em desequilíbrio e espera-se que o leiloeiro altere os preços dos bens. Esse processo de alteração de preços prossegue até que a demanda dos bens se iguale à oferta (Figura 3):

¹⁵ VARIAN, 2006, p. 610.

¹⁶ VARIAN, loc. cit.

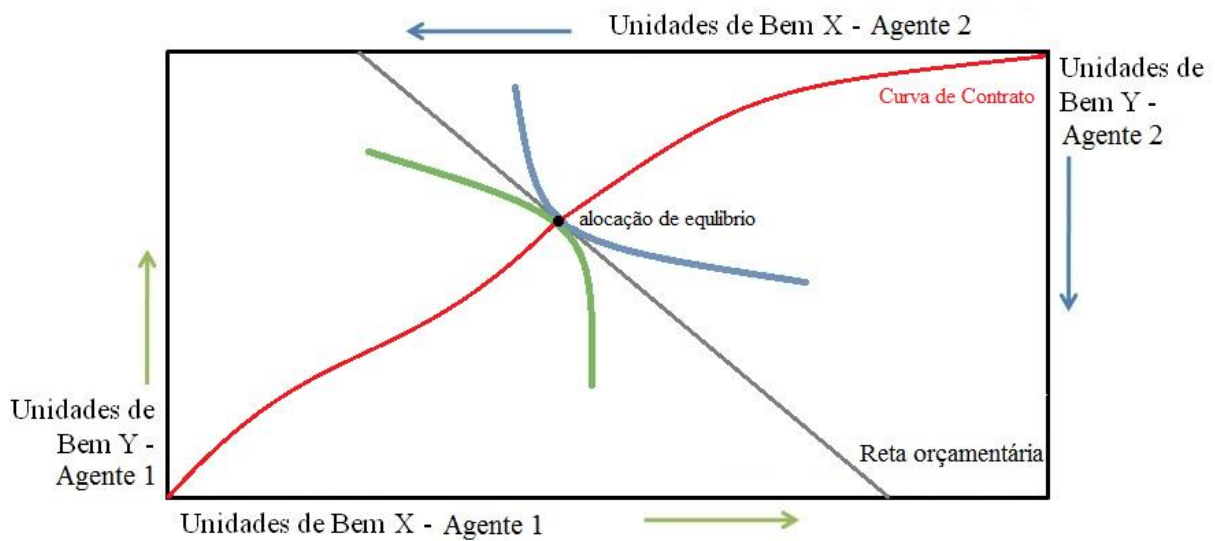


Figura 3 – Equilíbrio na Caixa de Edgeworth I - Trocas

Fonte: VARIAN, 2006, p.612. Elaboração própria.

A quantidade que o agente 1 quer comprar do bem X é exatamente igual a quantidade que o agente 2 deseja vender do bem X, e da mesma forma para o bem Y. Ou seja, o total que cada pessoa está demandando é igual ao total disponível. Surge aí a curva de contrato, que mostra todas as alocações eficientes possíveis dentro da caixa de Edgeworth. Tem-se, desta maneira, o equilíbrio de mercado, ou equilíbrio walrasiano:

[...] um conjunto de preços tais que cada consumidor escolhe a cesta mais preferida pela qual pode pagar, e todas as escolhas dos consumidores são compatíveis no sentido de que a demanda se iguala à oferta em todos os mercados. (VARIAN, 2006, p. 611).

Dados estes conceitos, pode-se analisar a Lei de Walras¹⁷. Utilizando os termos supracitados, a lei afirma que o valor da demanda líquida agregada é zero, ou seja, a quantidade líquida que o agente 1 decide demandar/ofertar é igual à quantidade líquida que o agente 2 decide ofertar/demandar¹⁸. “Como o valor da função de demanda excedente de cada agente é igual a zero, o valor da soma das demandas excedentes dos agentes tem de ser igual a zero.”¹⁹.

¹⁷ Apêndice A.

¹⁸ “Dizer que o valor da demanda agregada é idêntico a zero significa que ele é zero para todas as escolhas de preços possíveis, não apenas para os preços de equilíbrios.” (VARIAN, 2006, p. 613).

¹⁹ VARIAN, op. cit., p. 614

Encontrando um conjunto de preços em que $k-1$ dos mercados estejam em equilíbrio, todos os k mercados de bens também estarão em equilíbrio. A lei de Walras implica que o mercado de k bens terá demanda e oferta iguais.

Acima, mostrou-se uma alocação eficiente de bens no que tange a demanda. Agora será tratada a alocação eficiente no âmbito da produção. O problema aqui passa ser produzir de forma ótima certa quantidade de bens, dados os recursos disponíveis - fatores de produção, que por simplificação são apenas dois, capital e mão-de-obra – e respeitando a função de produção - a tecnologia, que também é dada – (Figura 4):

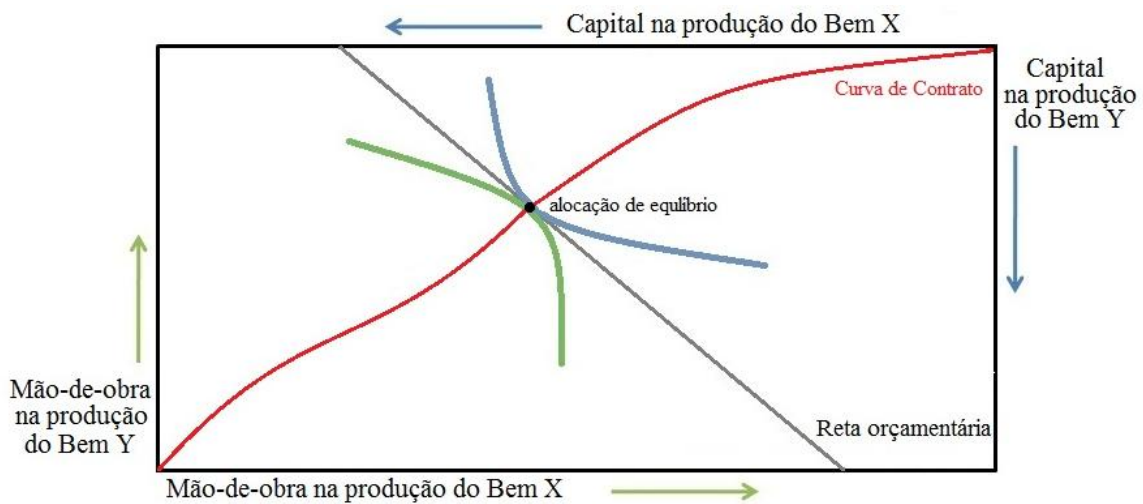


Figura 4 – Equilíbrio na Caixa de Edgeworth II – Produção.

Fonte: Adaptado de VARIAN, 2006, p.612. Elaboração própria.

Cada ponto na Caixa de Edgeworth determina, simultaneamente, as quantidades de cada um dos insumos, capital e mão-de-obra, utilizados na produção do bem X e do bem Y, respeitando a limitação da quantidade total disponível. Os insumos serão eficientemente alocados se não houver outra alocação factível de insumos que permita a uma empresa de uma determinada indústria, por exemplo, a produtora do bem X, produzir mais desse bem sem reduzir a produção de uma empresa em outra indústria, produtora do bem Y²⁰.

A alocação eficiente encontra-se no ponto em que o aumento da produção do bem X só é possível com a diminuição da produção do bem Y, ou vice-versa. A curva de contrato

²⁰ BESANKO, 2004, p. 484.

reúne a combinação eficiente de insumos possíveis dentro da caixa de Edgeworth. Com a alocação ótima de insumos, tem-se a curva de possibilidade de produção que “descreve as combinações de bens de consumo que podem ser produzidas na economia com a oferta disponível de insumos.”²¹. Sabendo que em condição de eficiência se para aumentar a oferta do bem X é necessário diminuir a oferta do bem Y, deduz-se uma curva de possibilidades de produção com inclinação descendente (Figura 5):

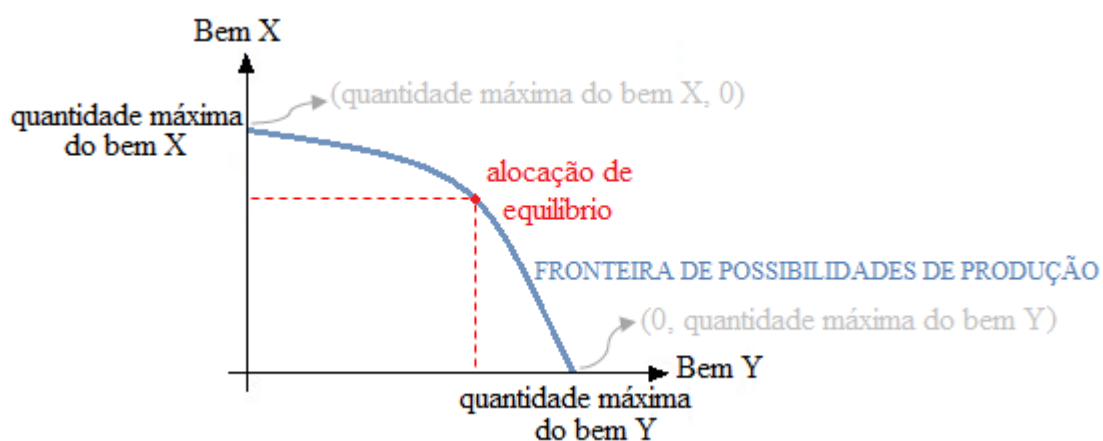


Figura 5 – Fronteira de possibilidades de produção.

Fonte: Adaptado de BESANKO, 2004, p.485. Elaboração própria.

Com a eficiência econômica no âmbito do consumo e da produção são deduzidos os teoremas fundamentais da economia do bem-estar²², dentre os quais se enquadram o estudo das estruturas de mercado.

2.3 Estruturas de Mercado

O equilíbrio em um determinado mercado é resultado da relação entre oferta e demanda. O modo como estas se relacionam e seus resultados modificam-se conforme a estrutura do mercado em que elas se encontram. A teoria neoclássica, com o objetivo de

²¹ BESANKO, 2004, p. 485.

²² Os teoremas do bem-estar serão abordados no Capítulo 4, item 4.1.

facilitar o estudo dos mercados, classificou as diferentes estruturas de mercado conforme características comuns:

As estruturas de mercado são modelos de captam aspectos inerentes de como os mercados estão organizados. Cada estrutura de mercado destaca alguns aspectos essenciais da interação da oferta e da demanda, e se baseia em algumas hipóteses e no realce das características observadas nos mercados existentes, tais como: o tamanho das empresas, a diferenciação dos produtos, a transparência no mercado, os objetivos dos empresários, o acesso de novas empresas, entre outras. (VASCONCELLOS; PINHO, 2004, p. 191).

As estruturas clássicas básicas são a concorrência perfeita e o monopólio. O oligopólio e o poder de monopólio são modelos derivados das estruturas clássicas. Em todas essas estruturas o mercado é transparente - informação perfeita - e os agentes maximizam lucro.

2.3.1 Concorrência Perfeita

A análise, até então, deu-se sobre mercados competitivos, ou seja, de concorrência perfeita. Nestes os produtores e consumidores não precisam se preocupar com o preço, e sim com o quanto ofertar e o quanto consumir, respectivamente.

As hipóteses do modelo são²³:

- i) Grande número de compradores e vendedores: como consequência, neste mercado, o preço é dado; cada empresa oferta uma pequena parte do total da produção e assim, suas decisões não afetam o preço de mercado; da mesma forma, o consumidor também é aceitador de preços, pois compra uma pequena parte do total produzido.
- ii) Produtos são homogêneos: os produtos são substitutos perfeitos entre si, não podendo assim, haver diferenciação de preço; desta forma garante-se um preço único de mercado.
- iii) Transparência de mercado: a informação é completa;
- iv) Livre mobilidade: é livre a entrada e a saída das empresas no mercado, sem barreiras, não há custos especiais que dificultam a entrada de uma nova empresa em um setor ou sair dele se não obtiver lucros.

As hipóteses (i) e (ii) implicam em uma curva de demanda do produto perfeitamente elástica²⁴, nenhuma das empresas tem capacidade de alterar o preço de mercado, elas são aceitadoras de preços. Desta forma, a empresa poderá ofertar qualquer quantidade que sempre

²³ Baseado em VASCONCELLOS; PINHO, 2004, p. 195.

²⁴ Sobre elasticidades ver Apêndice B.

receberá o preço p de mercado. Assim sendo, a empresa escolhe a quantidade que quer produzir a partir do preço dado. Em concorrência perfeita, preço, receita marginal e receita média, são iguais (Figura 6):

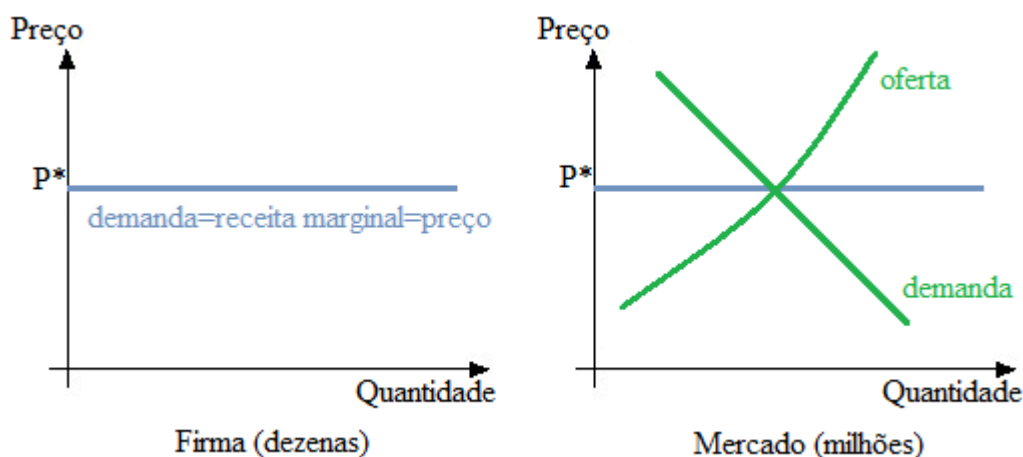


Figura 6 – Demanda e oferta da firma e do mercado em concorrência perfeita²⁵.

Fonte: VASCONCELLOS; PINHO, 2004, p. 195. Elaboração própria.

No mercado, o preço é determinado a partir das forças de oferta e demanda e desta maneira remetido à firma. A curva de demanda de mercado é descendente, visto que, quanto menor o preço do produto, mais os consumidores irão adquiri-lo.

As empresas, em competição perfeita, a longo prazo, auferem o lucro normal, ou seja, lucro econômico zero²⁶. A regra para a maximização de lucros para uma empresa competitiva é que a receita marginal, igual ao preço, seja igual ao custo marginal. Ou seja, o ganho adicional da produção deve ser igual ao seu custo adicional.

No entanto, algumas empresas no curto prazo podem incorrer em prejuízos ou auferir lucros acima do normal:

As firmas com custos variáveis médios acima do preço terão de abandonar o setor a longo prazo, de forma que apenas as mais eficientes permaneçam. Outrossim, a mobilidade e a inexistência de barreiras garantem que novas empresas entrem no setor se houver lucros maiores que em outros setores. (VASCONCELLOS; PINHO, 2004, p. 196).

²⁵ A curva de demanda do produto neste caso é horizontal, já que é o caso de uma só firma. No entanto, a curva de demanda do mercado é negativamente inclinada, pois delinea a demanda total do produto, com diferentes níveis de preços.

²⁶ “Ocorre quando uma empresa obtém um retorno normal sobre os investimentos, ou seja, quando tem um resultado tão bom quanto teria se investisse os seus recursos em outra atividade.” (PINDYCK, 2010, p. 257).

Quando o equilíbrio competitivo de longo prazo é atingido não há incentivos para empresas adentrarem ou saírem do setor. Isso se dá porque todas as empresas estão auferindo lucro econômico zero; o preço do produto iguala as quantidades ofertadas pelas empresas à quantidade demanda pelos consumidores.

2.3.2 Monopólio

O monopólio é a estrutura de mercado que conta com um único produtor. O seu produto não tem substitutos próximos, o que faz haver concorrência entre seus consumidores. É o monopolista que controla o que será ofertado no mercado, pois ele é o único vendedor e, portanto, é o próprio mercado.

Desta forma, a curva de demanda do mercado é a mesma do monopolista, que é sua receita média, indicando os preços que serão recebidos a cada unidade vendida. Como já visto, a maximização de lucros se dá no ponto onde a receita marginal se iguala ao custo marginal. A curva de demanda do monopolista não remete a uma relação de preços e quantidades tal qual a curva de oferta do mercado competitivo. Aqui, preços podem modificar sem nada mudar na produção, como a produção pode modificar sem alterar o preço, assim como preços e a produção podem variar juntos, com deslocamentos da demanda:

Um mercado monopolista não dispõe de curva da oferta. Em outras palavras, nele não existe uma relação biunívoca entre preço e quantidade produzida. Isso ocorre porque a decisão quanto ao nível de produção do monopolista depende não só do custo marginal, mas também do formato da curva de demanda. (PINDYCK, 2010, p. 314).

Tendo controle do preço e assim do mercado, o monopolista auferir lucros extraordinários. O produtor ajusta a quantidade até o incremento da receita total ser igual ao incremento do custo total. Analisando a figura 7, vê-se o caso de maximização de lucros, com a quantidade produzida Q^* ao preço P^* ²⁷.

²⁷ “Não é demais enfatizar que o preço da cada unidade do produto é determinado pela curva de demanda e não pela curva de receita marginal; o lucro é determinado pelo preço e custo médio e não pelo preço e custo marginal.” (VASCONCELLOS; PINHO, 2004, p. 194).

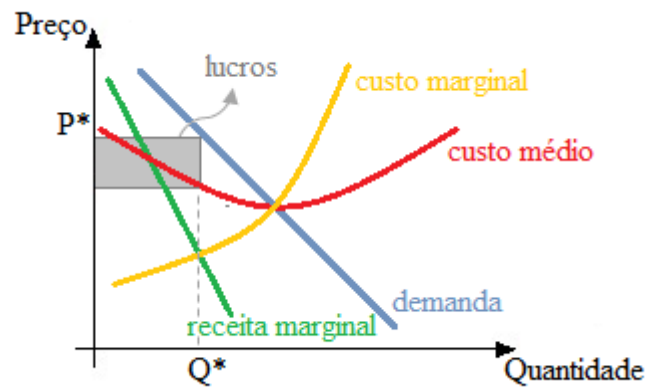


Figura 7 – Equilíbrio do Monopólio

Fonte: VARIAN, 2006, p. 457. Elaboração própria.

Para manter-se com lucros extraordinários e sem concorrência, há diversos fatores que atuam como barreiras à entrada: i) pequeno mercado; ii) existência de patentes; iii) leis governamentais; iv) controle da cadeia produtiva.

Para os neoclássicos, esse tipo de estrutura, que propicia lucros acima dos normais, é prejudicial; ao menos que a situação seja de monopólio natural.

2.3.2.1 Monopólio Natural

O monopólio natural ocorre quando existem grandes custos fixos e custos marginais pequenos. É o caso em que apenas uma empresa ofertando para o mercado é mais eficiente que várias empresas concorrendo, ou seja, o custo dessa única empresa para abastecer o mercado é menor do que se houvessem várias.

Na figura 8, a igualdade entre receita marginal – demanda – e custo marginal, encontra-se abaixo da curva de custo médio. Ao preço competitivo P_1 , a quantidade de produzida Q_2 não é eficiente, o produtor não obtém lucro. A área sombreada representa estas perdas que a empresa sofre por ter que fixar seu preço a partir do custo marginal, ou seja, por

ter que fixar seu preço como o que seria em um mercado perfeitamente competitivo. Desta forma, se houvesse regulação do preço, o monopolista sairia deste mercado²⁸.

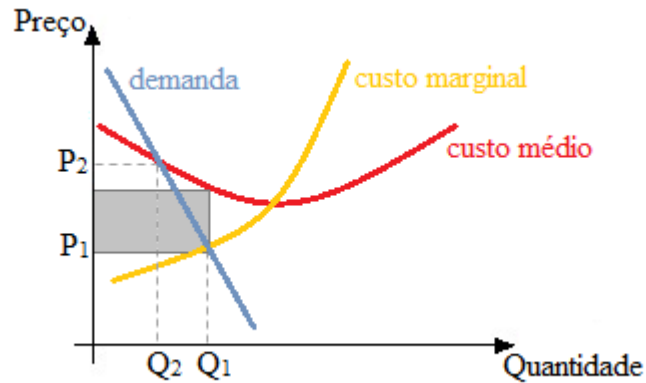


Figura 8 – Monopólio Natural

Fonte: VARIAN, 2006, p. 467. Elaboração própria

“Se a empresa regulada não receber subsídios, terá de conseguir lucros não negativos, o que significa que terá de operar sobre ou acima da curva de custo médio.”²⁹. Para poder atender a todos os consumidores dispostos a pagar tal preço, terá também de operar sobre a curva de demanda. Assim o preço P_2 e a quantidade Q_2 , é o ponto natural para um monopólio regulamentado operar.

2.3.2.2 Poder de Monopólio

O monopólio puro é infrequente; contudo, dada uma curva de demanda descendente, certas empresas conseguem produzir com o preço acima do custo marginal, mesmo tendo diversas empresas no mercado. Isto é possível devido à elasticidade da demanda a qual a empresa se defronta. Nestes casos, a curva de demanda da empresa dependerá do grau de

²⁸ VARIAN, 2006, p. 466.

²⁹ Ibid., p. 468.

diferenciação dos produtos de suas concorrentes e do tipo de concorrência que há neste segmento.

Frequentemente, a curva de demanda da empresa é mais elástica que a curva de demanda do mercado, mas não infinitamente elástica como no caso de concorrência perfeita. Por este motivo, a empresa pode fixar preços acima do seu custo marginal, sem perder a totalidade de seus clientes.

Na figura 9 é demonstrado como a diferença das elasticidades influencia na fixação do preço. Em (a) a demanda é elástica e seu poder de monopólio menos do que em (b), onde a demanda é relativamente inelástica e há maior poder de monopólio - maior diferença entre o preço e o custo marginal do que em (a). Isso quer dizer que, quanto menos as variações de preços influenciarem a quantidade a ser demandada, maior seu poder de monopólio.

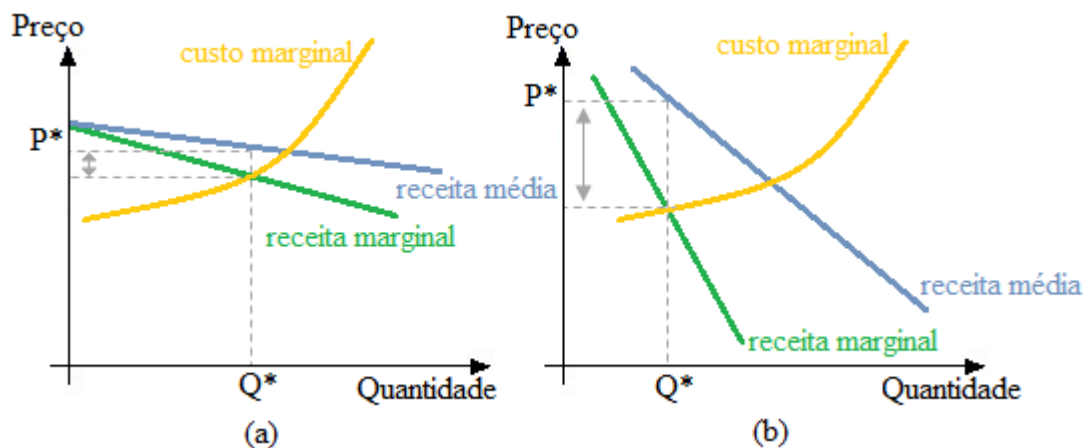


Figura 9 – Poder de Monopólio

Fonte: PINDYCK, 2010, p. 321. Elaboração própria

2.3.2.3 Ônus do Monopólio

Em monopólio, o preço e a quantidade são menores do que o preço e quantidade em um mercado competitivo. Desta forma é de se supor que a empresa melhorasse de situação enquanto a do consumidor piorasse.

Na figura 10 estão representadas as curvas de receita média, receita marginal e custo marginal, preço e quantidade do monopolista e o preço e quantidade competitivos. O preço

em concorrência perfeita é menor do que o do monopolista e quantidade é maior. O retângulo A representa o excedente dos consumidores que podem adquirir a mercadoria e o triângulo B representa o excedente dos consumidores que não podem adquirir a mercadoria ao preço de monopólio – a perda total do consumidor então é a área A mais a área B.

Já o produtor, ao ter o preço superior ao competitivo ganha o retângulo A; contudo, perde o triângulo C, que é o quanto ele teria ganhado ao vender uma maior quantidade, quantidade correspondente ao preço competitivo – o ganho total do produtor se a área A menor a área C.

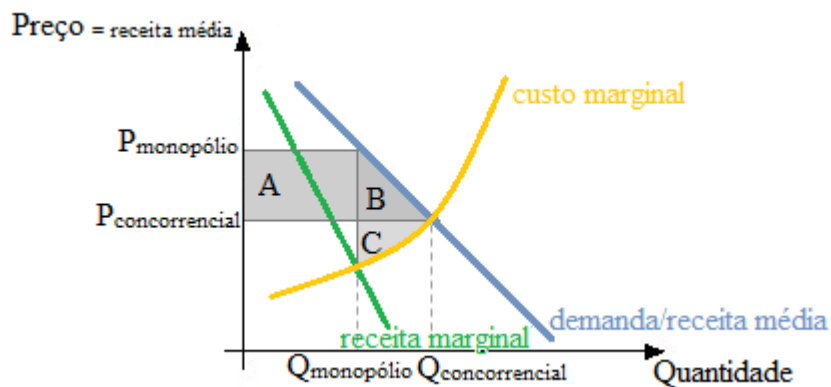


Figura 10 – Ônus do Monopólio

Fonte: PINDYCK, 2010, p. 326. Elaboração própria.

O ônus, ou peso morto do monopólio será, então, a perda líquida – área A mais área B, menos a área A menos a área C, ou seja, área B mais a área C:

Mesmo que os lucros do monopolista sofressem incidência de impostos, posteriormente distribuídos aos consumidores dos produtos, existiria uma ineficiência, pois o nível de produção seria menos do que sob competição. O peso morto é o custo social dessa ineficiência. (PINDYCK, 2010, p. 325).

2.3.3 Oligopólio

Oligopólio é uma estrutura de mercado a qual “caracteriza-se pela existência de reduzido número de produtores e vendedores fabricando bens que são substitutos próximos

entre si.”³⁰. A análise neoclássica refere-se, em sua maioria, ao duopólio, estrutura de mercado com apenas duas empresas.

Em competição perfeita, o equilíbrio é encontrado no ponto em que a demanda se iguala a oferta, não há motivo para nenhuma empresa entrar ou sair desse mercado e as firmas estão auferindo lucro econômico zero. No monopólio há equilíbrio quando a receita marginal se iguala ao custo marginal e assim também maximizando lucros. No oligopólio:

[...[uma empresa determina o preço ou o volume com base, pelo menos em parte, em considerações estratégicas relativas ao comportamento dos concorrentes. Ao mesmo tempo, as decisões dos concorrentes depend7erão das decisões tomadas pela própria empresa. [...] cada empresa desejará fazer o melhor que pode em função do que os concorrentes estão fazendo [...]. Cada empresa, então, leva em consideração o que estão fazendo os concorrentes e pressupõe que ele façam o mesmo. (PINDYCK, 2010, p. 397).

Há vários modelos de oligopólio, para produtos diferenciados ou não, que não cabem ao escopo deste trabalho. Contudo, o que deve ser considerado é que nesta estrutura existem barreiras à entrada, fazendo com que algumas ou até todas as empresas obtenham lucros acima dos normais no longo prazo.

2.3.4 Concorrência Monopolística

A crescente insatisfação com os modelos de concorrência perfeita e monopólio levaram alguns autores a criticar a maneira como se analisava o mercado. Essa insatisfação conduziu os neoclássicos a elaborar um modelo alternativo que incorporasse essas críticas. Este novo modelo deveria incorporar o poder de mercado conciliando com o lucro econômico zero. O novo modelo era a combinação do monopólio com a competição perfeita.

As principais críticas se davam pela inadequação dos modelos à realidade, como: i) o padrão de competição não se dava sobre produtos homogêneos; ii) a curva de demanda que a empresa se defrontava era negativamente inclinada – representando certo controle sobre preços; iii) os custos de produção eram decrescentes, dados os retornos de escala crescentes.

O novo modelo apresentava a firma com poder de mercado, porém com livre entrada e saída de empresas. O principal diferencial é a existência de produtos diferenciados. Essa diferenciação pode se apresentar pela diferença de atributos dos produtos - localização geográfica e aspectos técnicos influenciam - ou porque os consumidores pensam que o

³⁰ VASCONCELLOS; PINHO, 2004, p. 197.

produto apresenta características diferenciadas – nesta, métodos comerciais e propaganda exercem um papel fundamental³¹.

A empresa pode decidir o preço que será cobrado – como no monopólio -, mas como a entrada neste mercado é livre, o lucro econômico deve ser zero – como na concorrência perfeita. Este modelo foi desenvolvido por Edward Chamberlin, em 1933; aqui as hipóteses são as mesmas do modelo de concorrência perfeita, exceto o pressuposto de produtos homogêneos, já que aqui os produtos são diferenciados. “A diferenciação do produto é assumida segundo duas hipóteses: os produtos são substitutos próximos e, apesar de produtos diferentes, demanda e custos são uniformes entre as empresas”³².

Na visão neoclássica, quando comparado ao mercado competitivo, a concorrência monopolística apresenta ineficiências. A comparação ilustrada na figura 11 mostra a concorrência perfeita em (a), com seu preço de equilíbrio - igual ao custo marginal - e sua respectiva produção e a concorrência monopolística em (b), na qual o preço ultrapassa o custo marginal.

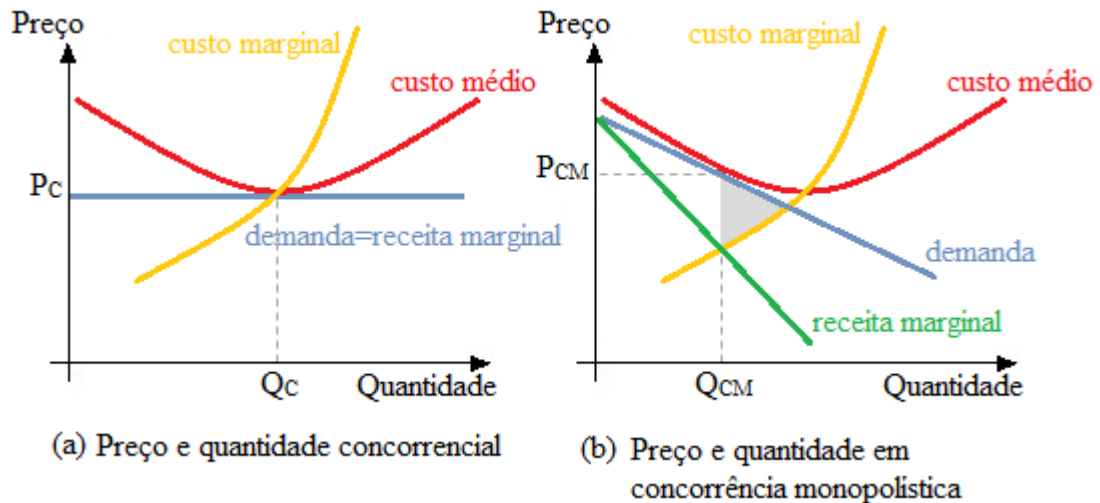


Figura 11 – Comparação do equilíbrio entre Concorrência Monopolística e Concorrência Perfeita.

Fonte: PINDYCK, 2010, p. 395. Elaboração própria.

³¹ MELO, 2002, p. 20-21.

³² LOSEKANN; GUTIERREZ, 2002, p. 95.

Na competição monopolística o preço é maior que na competição perfeita e a quantidade ofertada menor, gerando ineficiências. As empresas operam no ponto onde o custo médio não é mínimo. A área sombreada em (b) representa esta ineficiência, o chamado peso morto visto no monopólio.

Apesar das empresas apresentarem algum poder de mercado, elas não tem o poder de obter altos lucros a longo prazo. Assim como na concorrência perfeita, a livre mobilidade faz com que a possibilidade de lucros acima dos normais atraia concorrentes, o que faz o lucro baixar até o nível normal.

Após a análise da teoria de mercado neoclássica, parte-se agora para a análise de mercado do âmbito da EA.³³

³³ Ver Anexo A.

3 TEORIA DE MERCADO DA ESCOLA AUSTRÍACA DE ECONOMIA – A CATALÁXIA³⁴

Na EA o homem não só aloca meios escassos a certos fins, como procura novos meios e fins. Assim, a cataláxia, ou ciência das trocas, está inserida em um universo muito mais amplo, a ação humana. O conceito de economia para a EA, desta forma, é baseado no estudo da ação humana deliberada, cunhado por Mises de praxeologia. A ciência geral da ação humana está preocupada com os meios pelos quais os agentes atingem certos fins. Esse processo de tomada de decisões - escolhas dos meios – não é assentado por fatores externos, é subjetivo. Ai está o subjetivismo tratado pela EA³⁵. A teoria subjetiva do valor, desenvolvida por Menger, é, desta forma, o ponto de partida para a análise de mercado:

Conclui-se, pois, que o valor não é algo inerente aos próprios bens, não é uma propriedade dos mesmos e muito menos uma coisa independente, subsistente por si mesma. O valor é um juízo que as pessoas envolvidas em atividades econômicas fazem sobre a importância dos bens de que dispõem para a conservação de sua vida e de seu bem-estar; portanto, só existe na consciência das pessoas em questão. [...] o valor é por sua própria natureza algo totalmente subjetivo. (MENGER, 1983, p. 69)

Esse subjetivismo, ao tratar de escolhas individuais, remete-se ao individualismo metodológico, que procura explicar os fenômenos econômicos a partir da ação dos indivíduos. Este princípio está de acordo com o dualismo metodológico, defendido por autores da Escola EA.

“Ação humana é necessariamente racional. O termo ‘ação racional’ é, portanto, pleonástico e, como tal deve ser rejeitado. Quando aplicados aos objetivos finais da ação, os termos racional e irracional são inadequados e sem sentido.”³⁶. A ação do homem racional proposto por autores neoclássicos, referindo-se a ação ótima, perfeita, que aufere o máximo de satisfação, é um conceito equivocado. Por mais que a ação não atinja o fim pretendido, ela é racional. Isso dá pelo fato de que a razão é falível, o homem erra ao eleger os meios que serão utilizados.

³⁴ “[...] teoria da economia de mercado, isto é, das relações de troca e dos preços. Analisa todas as ações baseadas no cálculo monetário e rastreia a formulação de preços até a sua origem, ou seja, até o momento em que o homem fez sua escolha. Explica os preços de mercado como são e não como deviam ser. As leis da cataláxia não são julgamentos de valor; são exatas, objetivas e de validade universal.” (GREAVES, 1974 apud MISES, 2010, p. 23).

³⁵ “[...] é neste subjetivismo que se assenta a objetividade da nossa ciência. Por ser subjetivista e considerar os julgamentos de valor do agente homem como dados irreduzíveis não passíveis de qualquer outro exame crítico, coloca-se acima de disputas de partidos e facções, é indiferente aos conflitos de todas as escolas de dogmatismo ou doutrinas éticas, é livre de valorações e de ideias ou julgamentos preconcebidos, é universalmente válida e absoluta e simplesmente humana.” (MISES, op. cit., p. 46-47).

³⁶ Ibid., p. 43.

Iniciar-se-á o capítulo com as premissas da teoria de mercado da EA. Logo após tratar-se-á dos processos de mercado, finalizando com o conceito de competição, mais precisamente o de monopólio.

3.1 Premissas

A Escola Austríaca trabalha com o racionalismo crítico, no qual a sua visão do mundo é realista na observação dos fatos, humilde quanto à limitação da mente humana e cética no que se trata de experimentos com a sociedade³⁷. Tem como pressuposto o subjetivismo da ação humana, na qual as decisões não são influenciadas por fatores externos.

“Ação não é simplesmente uma manifestação de preferência. [...] Ação significa o emprego de meios para atingir fins.”³⁸. Ação não é exclusivamente o ato de fazer algo, mas também o de deixar de fazer, o de omitir, negligenciar, pois da mesma forma como o “fazer”, o “não fazer” gera consequências. É a tomada de decisão em um âmbito de incerteza e de tempo real, tempo este que assume as aprendizagens. A ação se dá sob certos pressupostos: quando o homem está insatisfeito com sua atual situação; quando ele vislumbra uma situação melhor; e, quando há expectativa de que sua ação melhorará sua condição ou, pelo menos, não a piorará.

Desta forma o *homo sapiens* torna-se *homo agens*, na qual sua ação se dá propositalmente e não por instinto ou pela busca à maximização do agente neoclássico³⁹, como o *homo economicus*.

3.1.1 Tempo real

O tempo real é um fluxo de acontecimentos, ou seja, é dinâmico, não apresentando a característica estática do tempo newtoniano. Este tempo apresenta três características:

³⁷ IORIO, 1997, p. 24.

³⁸ MISES, 2010, p. 36-37.

³⁹ BARBIERI, 2001, p. 85.

- i) Continuidade dinâmica: dadas as percepções individuais, o presente liga-se a outros períodos por meio da memória e das expectativas. Dependendo do momento em que é projetado, o futuro modifica-se, e a memória ajuda a formar as expectativas quanto ao futuro.
- ii) Heterogeneidade: a memória, sendo componente da experiência, também é fator de diferenciação entre os momentos sucessivos. Com isso, conforme o tempo passa a memória vai registrando os fatos e com isso, a perspectiva, subjetiva e individual, modifica-se continuamente:

Mesmo quando um fenômeno ocorre “exatamente” como foi previsto por um indivíduo, ele não será experimentado ou vivido exatamente como foi previsto, uma vez que, ao ser feita a previsão, o ponto de vista era diferente do relevante ao ocorrer o fenômeno, porque a memória, ao incorporar a previsão, mudou sua perspectiva. (IORIO, 1997, p. 53).

- iii) Eficácia causal: com base na continuidade e na heterogeneidade, o tempo também passa a ser caracterizado a partir da ideia de causalidade, como fonte de novidades e consequente aprendizado. Para a EA “o crescimento do conhecimento, que se processa mediante descobertas, é a força endógena que propulsa ininterruptamente todo o sistema.”⁴⁰.

A figura 3 mostra as diferenças dos dois conceitos de tempos. O tempo real assume a herança da memória e o acréscimo de conhecimento que se tem com o passar do tempo. O tempo real é irreversível, análogo a estrutura musical⁴¹. Não é como no tempo newtoniano, em que o tempo são esferas isoladas no qual se pode transitar de uma para outra sem problema; porém o tempo não é uma via de duas mãos. Outro fato a ser destacado é o tempo newtoniano não considerar a memória e a consequente evolução do conhecimento dos indivíduos, os tem como fatos dados e, desta forma, os rearranjos de fatores não mudam, pois a percepção humana, tanto presente como futura, é a mesma. “[...] o sistema econômico é impulsionado por forças inteiramente endógenas. O estado natural da economia no tempo não é o de repouso, porque, como o tempo passa inexoravelmente, o conhecimento se altera e, com isso, a própria economia.”⁴²:

⁴⁰ IORIO, 1997, p. 53.

⁴¹ “Ao ouvirmos os primeiros compassos de uma nova melodia, não somos capazes de captar os compassos seguintes, porque nossa percepção envolve, primeiro, a memória das frases ou compassos recém-ouvidos e, segundo, a antecipação das frases ou compassos seguintes e que ainda não ouvimos.” (Ibid., p.52).

⁴² Ibid., p. 54.

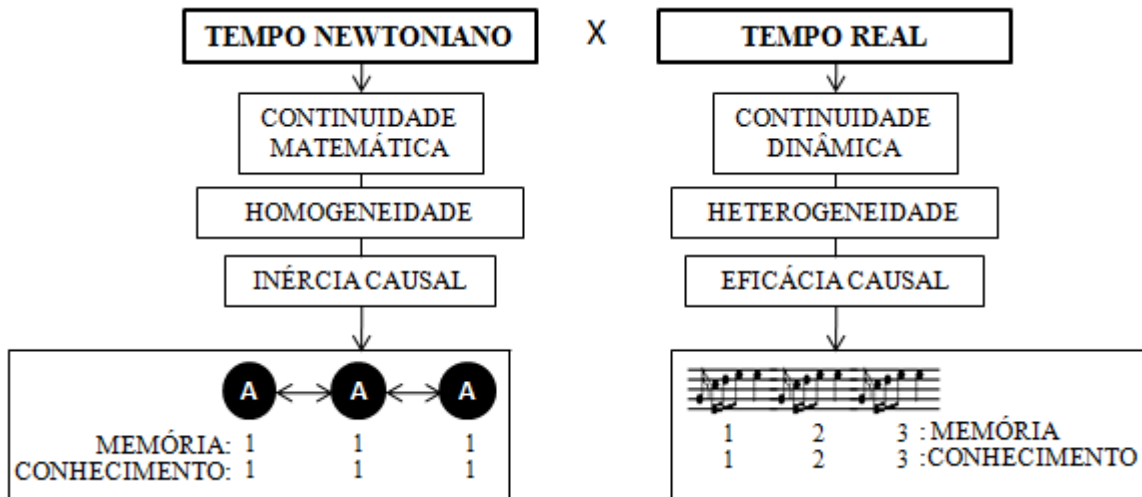


Figura 12 - Tempo Newtoniano e Tempo Real.

Fonte: IORIO, 1997, p. 50-54. Elaboração própria.

O tempo dinâmico real considerado pela EA conduz a uma evolução criativa, irreversível que provoca alterações imprevisíveis. A compreensão deste tempo na análise econômica e, desta forma, da ação humana é imprescindível. Isso porque ao agir “[...] os indivíduos acumulam continuamente novas experiências, o que gera novos conhecimentos, o que, por sua vez, os leva a alterarem frequentemente seus planos e ações.”⁴³.

3.1.2 Incerteza genuína⁴⁴

Dado a incerteza ou em outras palavras, a ignorância em tempo real, não há a possibilidade de listar todos os resultados possíveis decorrentes de uma ação. Não se trata somente do futuro ser desconhecido, se assim fosse, com o passar do tempo e com a ampliação do conhecimento, saber-se-ia os possíveis resultados de uma ação.

O fato é que a partir do individualismo metodológico trabalhado pela EA, é sabido que “[...] quando um agente econômico escolhe um determinado curso de ação, as consequências

⁴³ IORIO, 2011.

⁴⁴ Refere-se a uma incerteza natural, autêntica, legítima.

de sua escolha irão depender, pelo menos parcialmente, dos cursos de ação que os outros indivíduos escolheram, estão escolhendo ou ainda vão escolher.”⁴⁵.

Presente e futuro são afetados pelos fatores citados, fazendo com que cada instante produza uma nova perspectiva individual. Dado isso, torna-se impossível uma listagem probabilística das escolhas dos agentes, tal como é feito nos modelos neoclássicos. “A incerteza do futuro está implícita na própria noção de ação. Que o homem aja e que o futuro seja incerto não constituem, de forma alguma, realidades independentes. São apenas duas diferentes maneiras de enunciar a mesma coisa.”⁴⁶.

Outro fato é que a incerteza não é uma variável exógena, como tratam os modelos do *mainstream*, e sim uma variável endógena. Os neoclássicos tratam a ignorância como uma variante do conhecimento dada e que pode ser desprezada por não retratar a ação humana no mundo real. Ignoram o fato de ela ser endógena e de ser parte do processo gerador de mudanças. “Isso ocorre porque, à medida que o tempo real passa, o estoque de conhecimentos necessariamente cresce e, portanto, também aumenta a ‘produção’ endógena de mudanças.”⁴⁷. Por isso que os estados de equilíbrio estáticos dos neoclássicos não são coerentes, eles não consideram uma das rodas dentadas da engrenagem do sistema econômico. A incerteza não poderá ser completamente eliminada, pode apenas ser amenizada. Essa incerteza afasta qualquer possibilidade de equilíbrio econômico, tal qual o proposto pela Escola Neoclássica.

3.1.3 Valor e Utilidade

O cerne da teoria do valor para a EA está na teoria desenvolvida pelos filósofos católicos escolásticos dos séculos XV, XVI e XVII. Para estes, os preços são determinados por seu valor subjetivo, como o seu valor de uso, sua escassez e sua disponibilidade:

Valor é a importância que o agente homem atribui aos seus objetivos finais. Somente a objetivos finais é que se atribui um valor primário, original. Os meios são valorados de forma derivativa, segundo sua utilidade e contribuição para alcançar o objetivo final. Sua valoração deriva do valor atribuído ao respectivo objetivo. Só têm importância na medida que tornam possível atingir algum objetivo, algum fim. Valor não é algo intrínseco à natureza das coisas. Só existe em nós; é a maneira pela qual o homem reage às condições de seu meio ambiente. (MISES, 2010, p. 129).

⁴⁵ IORIO, 1997, p.47.

⁴⁶ MISES, 2010, p. 139.

⁴⁷ IORIO, op. cit., p. 49

Outra questão incorporada pela EA foi à questão marginalista desenvolvida por Menger. “A rigor, o único ingrediente da moderna teoria da EA do valor que não fora considerado pelos filósofos católicos foi o conceito marginalista.”⁴⁸.

Segundo a lei de utilidade⁴⁹ marginal, o homem ao agir ordena seus objetivos em uma escala subjetiva, ou seja, de valoração própria, inerente aos próprios objetivos. Para chegar a tais objetivos, o homem utiliza meios, que são compostos por unidades capazes de dar o mesmo serviço⁵⁰:

Ao avaliar os estados de satisfação bem diferentes e os meios para alcançá-los, o homem ordena todas as coisas em *uma* única escala, qual seja a escala da sua própria satisfação. [...] avaliando-as e agindo o homem as ordena segundo uma escala do que é mais intensamente ou menos intensamente desejado. Para o agente homem só existem vários graus de relevância e urgência em relação ao seu próprio bem estar. (MISES, 2010, p. 155, grifo do autor).

A utilidade marginal tratada aqui reporta ao valor de uso subjetivo, ou seja, a importância para diminuir o desconforto ou aumentar o bem estar do indivíduo em determinada situação. Não se trata do valor de uso objetivo, de quantidades e capacidades físicas. Se assim fosse, poder-se-ia elevar o bem estar de um agente ao aumentar a utilidade marginal apenas com o incremento ou supressão de uma quantia de unidades. A utilidade marginal, assim sendo, não se refere à saciedade do indivíduo: “Se a quantidade disponível aumenta de $n-1$ para n unidades, este incremento só pode ser usado para atender uma necessidade que é menos urgente ou menos penosa do que todas aquelas que pudessem ser atendidas por meio da quantidade $n-1$.”⁵¹.

3.2 Processo de Mercado

Quando se trata da determinação do preço, as teorias convencionais adotam as curvas de oferta e de demanda para explicá-lo, sem considerar os fatores subjetivos do valor,

⁴⁸ IORIO, 1997, p. 63.

⁴⁹ “Neste contexto, *utilidade* significa simplesmente: relação causal para a redução de algum desconforto. O agente homem supõe que os serviços que um determinado bem pode produzir irão aumentar o seu bem-estar e a isto denomina utilidade do bem em questão. Para a praxeologia, o termo utilidade é equivalente à importância atribuída a alguma coisa em razão de sua suposta capacidade de reduzir o desconforto.” (MISES, 2010, p. 156, grifo do autor).

⁵⁰ Um exemplo disto é um indivíduo que tenha meia folha de papel dividida em cinco partes iguais. Este indivíduo organiza uma escala de valoração pessoal e subjetiva. A primeira folha é utilizada para escrever um exercício de lógica, a segunda para escrever um poema, a terceira para praticar caligráfica, a quarta para testar uma lapiseira, e a quinta para limpar o escritório. À medida que aumentam as unidades do bem, no caso os pedaços de folhas, o valor da última cai. (ZANOTTI, 2001, p. 13-15).

⁵¹ MISES, op. cit., p. 161.

baseando-se apenas nas questões objetivas. Para a EA, tanto a demanda como a oferta são determinadas pela ação humana. Assim, os processos de formação de preços também são determinados por conceitos praxeológicos. “O objetivo da teoria de preços neoclássica é estabelecer os preços e as quantidades trocadas que são compatíveis com o equilíbrio de mercado, dadas as realidades subjacentes de preferências, dotações e tecnologias.”⁵². Já a teoria de preços da EA, os valores das variáveis preço e quantidade não são o objeto de análise, mas sim as interações dos agentes que geram as forças de mercado que modificam preços, tecnologias e alocação de recursos⁵³.

A ação dos agentes se dá na presença de um conhecimento imperfeito, ou seja, em um ambiente de informações incompletas. Assim, o problema econômico não é apenas a alocação de dados recursos. O problema é mais complexo, é a utilização do conhecimento, que é disperso, incompleto e algumas vezes contraditório. Cada indivíduo interpreta a sua parcela de conhecimento de forma singular, esta parcela de conhecimento é apenas uma parte do total de informações disponíveis no mercado e é diferente para cada indivíduo⁵⁴. Quando as ações fazem parte de um mesmo plano, sendo compatíveis entre si, este indivíduo está em equilíbrio. Com o tempo adquire-se conhecimento, algumas de suas ações mudam, gerando um desequilíbrio, necessitando rever planos:

Deve-se notar que esse conceito de equilíbrio não se limita a uma economia estática: o equilíbrio mantém-se desde que os agentes possam prever as mudanças que ocorrem na economia: se eu conheço o que vai mudar, eu não altero meus planos, que já incorporam esse conhecimento da mudança. (BARBIERI, 2001, p. 20).

Mesmo com a dispersão do conhecimento há uma ordem espontânea na ação dos indivíduos, “[...] que apresenta regularidades, com a convergência de preços e custos, sem direção central que possua todo o estoque de conhecimento da sociedade.”⁵⁵.

Tento isto, os preços e a competição surgem como pilares fundamentais no processo de coordenação dos planos dos agentes ao longo do tempo. O sistema de preços sinaliza aos agentes como estes devem agir para haver uma coordenação de planos entre eles:

O papel do mercado, então, é o de servir como um *processo*, mediante o qual, por tentativas e erros, tanto o conhecimento como as expectativas dos diferentes membros da sociedade vão se tornando paulatinamente mais compatíveis com o passar do tempo. Surge, desta maneira, a importância fundamental, primeiro, do sistema de preços, com o papel de emitir sinais para que diversos participantes do processo de mercado possam coordenar seus planos ao longo do tempo e, segundo, da competição, como único meio de *descoberta* das informações que são realmente relevantes. (IORIO, 1997, p. 68, grifo do autor).

⁵² BARBIERI, 2001, p. 89.

⁵³ KIRZNER, 1986, p. 4.

⁵⁴ “Significa ello que cada hombre-actor posee tan sólo unos, como, si dijéramos, ‘átomos’ o ‘bits’ de la información que se genera y transmite globalmente a nivel social.” (HUERTA DE SOTO, 2010b, p. 54).

⁵⁵ BARBIERI, op. cit., p. 21.

Em um processo competitivo, os consumidores saberão quais arranjos estão disponíveis para seu consumo e o produtor saberá qual é o menor custo de produção e quais são as preferências dos consumidores. Mas principalmente, o mercado competitivo dá a oportunidade de avançar as descobertas, por meio de um processo de tentativa e erros e correções destes erros. Se as informações fossem dadas a competição seria prescindível, isso porque o valor da competição está nos resultados que são descobertos após a competição e que não poderiam ter sido imaginados antes dela.

A interação dos agentes no mercado faz com que estes, ao olhar as decisões que foram tomadas a sua volta, revisem suas decisões para o período subsequente, ou seja, as decisões que foram tomadas em um tempo modificam as decisões em tempos posteriores. “Vista ao longo do tempo, essa série de mudanças sistemáticas na rede interligada de decisões de mercado constitui o processo de mercado em si.”⁵⁶.

No entendimento da EA do processo de mercado dinâmico há um ator de suma importância, o empreendedor⁵⁷, ou o chamado *homo agens*. Neste está presente a *serendipidade*⁵⁸. O processo de mercado é essencialmente empresarial, a atividade empresarial é inseparável do processo competitivo. No processo de mercado, as interações dos agentes mostram os erros que ocorrem nos seus planos. O elemento empresarial entra como um mecanismo para corrigir estes erros, “[...] a função do empreendedor será justamente aproveitar as oportunidades criadas pela ignorância existente no processo de mercado.”⁵⁹. É neste caso que o empreendedor mostra seu atributo de perspicácia, no qual os indivíduos aprendem e conduzem seus planos a um plano de coordenação, ou seja, levam a revisão individual dos planos que resultam em um processo de aprendizagem.

Em um estado de ampla ignorância os planos dos agentes apresentam-se completamente descoordenados, gerando um desequilíbrio, o que resulta em inúmeras oportunidades perdidas. “Os participantes do mercado não estão conscientes de oportunidades

⁵⁶ KIRZNER, 1986, p. 8.

⁵⁷ Neste trabalho, os termos “empresário” e “empreendedor” têm a mesma conotação. Aqui o empresário não é definido apenas como o dono de uma empresa, que possa ser confundido com o capitalista. O empresário é definido como empreendedor, um agente que tenta busca continuamente descobrir, criar, ou dar-se conta de novos fins e meios; enfim, todo o significado etimológico do termo: “... tanto la expresión castellana *empresa* como las expresiones francesa e inglesa *entrepreneur* proceden etimológicamente del verbo latino *inprehendendi-ensum*, que significa *descubrir, ver, percibir, darse cuenta de, atrapar*, y la expresión latina *inprehensa* claramente conlleva la idea de *acción*, significando tomar, agarrar, asir.” (HUERTA DE SOTO, 2010b, p. 42-43, grifo do autor).

⁵⁸ Do termo inglês “*serendipity*”. Significa a capacidade tipicamente empresarial em que consiste em dar-se conta se oportunidades que surgem espontaneamente sem serem buscadas de forma deliberada. (HUERTA DE SOTO, op. cit., p. 47).

⁵⁹ CONSTANTINO, 2009, p. 132.

reais para trocas lucrativas que estão à sua disposição no mercado.”⁶⁰. O empreendedor que é perspicaz e está constantemente alerta a essas oportunidades as descobre. Esse fato acaba por coordenar a economia.

Nos modelos neoclássicos de equilíbrio estático não há espaço para o empreendedor; há pleno conhecimento do mercado e assim as alocações de recursos são sempre ótimas. Já na análise da EA, é somente através do empresário que alterações na situação descoordenada podem ocorrer, estas geram coordenação pela serendipidade. Contudo, o equilíbrio não é atingido, pois a situação modifica-se, como mudança de preferências, tecnologia, novos recursos. Os agentes acabam por não conseguir guiar corretamente seus planos. Surge novas oportunidade de lucro, os empreendedores aproveitam e assim por diante:

[...] as mudanças que o empresário inicia são sempre rumo ao hipotético estado de equilíbrio; são mudanças provocadas pela reação ao padrão existente de decisões erradas, um padrão caracterizado por oportunidades perdidas. O empresário, na minha opinião, leva a um *ajuste mútuo* aqueles elementos discordantes que resultam na ignorância anterior do mercado. (KIRZNER, 1986, p. 53, grifo do autor).

Para ilustrar esse processo de mercado que converge para o ponto de equilíbrio apresenta-se a figura 13. Os pensadores da EA criticam o uso de gráficos e da matemática na economia. No entanto, se forem utilizados como ferramenta auxiliar de linguagem, como o objetivo de complementar a exposição teórica, tornam-se válidos⁶¹. Então, a figura é válida no sentido de contemporizar com o *mainstream economics*, com o objetivo de tornar claro o processo de mercado defendido acima.

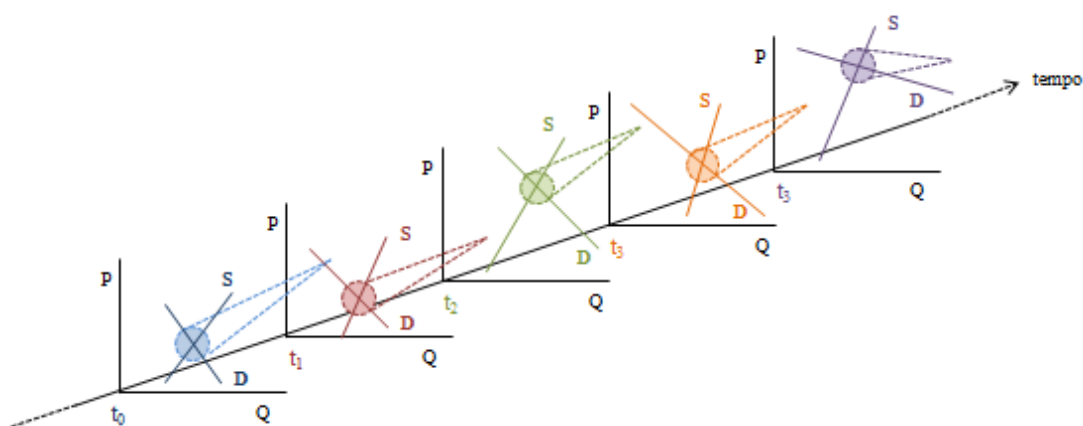


Figura 13 – Cones “Austríacos”.

Fonte: IORIO, 1997, p.73. Elaboração própria.

⁶⁰ KIRZNER, op. cit., p. 50.

⁶¹ O objetivo é não fazer da construção teórica “refêem” do uso da matemática; os gráficos e modelagem servem como complemento, não como integrantes fundamentais do núcleo teórico. Ver ZANELLA, 2010.

A interseção das curvas de oferta e demanda geram uma área de provável equilíbrio. No tempo t_0 , por exemplo, a área do círculo azul é o conjunto de possibilidade de equilíbrio. A partir desta área, há uma tendência de equilíbrio para o próximo período, t_1 , gerada pelo cone que se forma a partir da área de equilíbrio de t_0 . Porém, como os fatores determinantes da oferta e da demanda modificam-se, o equilíbrio do período t_1 se dá na área bordô, e não na indicada pelo cone azul. Assim segue uma sucessão de períodos, nos quais há a tendência de um equilíbrio que se desfaz, ou seja, não é atingido no período seguinte, não representará assim uma situação de equilíbrio:

Deduz-se que o movimento do desequilíbrio rumo ao equilíbrio é, ao mesmo tempo, um movimento do conhecimento imperfeito para o conhecimento perfeito, e da descoordenação para a coordenação. Vimos que o movimento do desequilíbrio para o equilíbrio é, simplesmente, o processo competitivo-empresarial, que é um processo de comunicar informação [...]. Esse processo de aprendizagem, ao mesmo tempo, leva os planos individuais a uma coordenação cada vez maior. A regra é simples e óbvia: a coordenação de informação garante a coordenação de ação. [...] O processo competitivo-empresarial torna-se visível agora, não simplesmente como capaz de gerar uma tendência rumo ao equilíbrio, mas como capaz de descobrir e corrigir os planos e decisões individuais desafinados. (KIRZNER, 1986, p. 165-166).

É justamente nesse processo de aprendizagem, a tentativa de fazer o melhor naquilo em que atua, ou seja, oferecer bens e serviços melhores a preços mais baixos, o principal componente de um processo mais amplo o qual se chama de competição.

3.3 Competição

A competição, em uma economia de mercado, se revela na ação dos vendedores, que competem entre si para ofertar bens e serviços melhores e mais baratos, e na ação dos compradores, que competem para oferecer um preço mais alto que os outros. A competição aqui é um processo de rivalidade. Está é a competição cataláctica cunhada por Mises.

A teoria neoclássica é incapaz de conceber o termo “competição” como de fato ele é⁶². Isto se dá pela ênfase dada ao estado de equilíbrio e as condições necessárias a este estado. Não cabe, em uma situação do equilíbrio, a ação empresarial e os processos que dirigem o mercado ao equilíbrio – sem, no entanto, alcançá-lo. Não há novas possibilidades de ganho a

⁶² “A noção ortodoxa de competição a vê como um *estado de coisas*; a noção de competição não tem nada a ver com o *processo* através do qual o mercado chega a seus resultados. [...] Para os Austríacos, o adjetivo ‘competitivo’ captura um atributo essencial do *processo de mercado*.” (KIRZNER, 2010, grifo do autor).

serem descobertas, nem novas alocações de recursos a serem feitas. As decisões de todos os agentes do mercado estão perfeitamente ajustadas.

Assim não importa o que os leigos queiram dizer com a expressão “competição”: o teórico do equilíbrio passou a usá-la para conotar um mercado no qual cada participante é fraco demais para efetuar qualquer mudança nos preços. [...] O aspecto mais infeliz desse uso da expressão "competição" é, evidentemente, que, ao referir-se à situação onde não há mais vez para novos avanços no processo competitivo de mercado, a palavra passou a ser compreendida como o *exato oposto* do tipo de atividade em que consiste esse processo. Assim, como vamos descobrir, qualquer afastamento, no mundo real, das condições de equilíbrio, passou a ser etiquetado como o oposto de "competitivo" e daí, por simples extensão, como realmente "monopolístico". (KIRZNER, 1986, p. 21, grifo do autor).

O produtor da teoria neoclássica decide como agir com base em informações dadas. Não há necessidade de preocupar-se com a busca de possibilidades desconhecidas de lucro, não há rivalidade. Já o empresário na análise da EA está sempre atento à rivalidade que o permeia, tentando constantemente superar seus competidores. Desta maneira, as estruturas de mercado são interpretadas de forma distinta àquelas estruturas conhecidas pela teoria neoclássica.

3.3.1 Monopólio

Dentro da EA o conceito de monopólio é apresentado, na sua maior importância, por três conceitos⁶³. O primeiro deles refere-se à substituíbilidade dos produtos. Os produtos que apresentam certa diferenciação e, desta forma, não são substitutos perfeitos, constituem um monopólio. “Use of definition [...] will probably reduce to the barren definition of monopoly as each man’s exclusive ownership of his own property - and this, absurdly, would make every single person a monopolist.”⁶⁴.

O segundo conceito de monopólio foi trado por Mises, que concebe o “problema” do monopólio não como uma estrutura onde há apenas um produtor e assim prejudicial a concorrência:

O monopólio [...] torna-se um fator para a determinação dos preços, somente se a curva da demanda do produto monopolizado tiver uma forma específica. Se as condições são de tal ordem que o monopolista possa assegurar para si mesmo maiores receitas líquidas, ao vender uma quantidade menor de seu produto por um preço mais elevado em vez de vender uma quantidade maior por um preço mais baixo, estamos diante de um *preço monopolístico* maior do que o preço que o produto alcançaria no mercado, se não houvesse o monopólio. Os preços

⁶³ Ver ROTHBARD, 2009, p. 661-754.

⁶⁴ ROTHBARD, 2009, p. 667.

monopolísticos são um importante fenômeno do mercado, enquanto que o monopólio em si só tem importância se puder resultar na formação de preços monopolísticos. (MISES, 2010, p. 337, grifo do autor).

Assim sendo entende-se que para Mises, o problema ocorre quando a curva de demanda que o produtor se depara apresenta inelasticidade, que o dá o poder de fixar o preço acima dos que seria o preço competitivo. Esta situação, afirma Mises, é competitiva; todos os produtos competem entre si. “Quanto mais alto o monopolista fixa o preço pelo qual está disposto a vender, maior será o número de compradores potenciais que usarão o seu dinheiro para comprar outros bens.”⁶⁵.

O problema, neste conceito está no fato de que não há como saber qual seria o “preço competitivo” e compará-lo com o preço apresentado no mercado, no caso, o “preço monopolístico”⁶⁶. O preço que se apresenta no processo competitivo é o “preço de mercado”, determinado pela conjuntura:

Essa situação pela qual simpatizava Mises, apesar de ter a vantagem de não restringir o monopólio aos casos em que há só um vendedor, depende da hipótese, que a teoria subjetiva do valor rejeita por ser implausível, de que é possível estabelecer-se objetivamente qual é o preço “competitivo”. (IORIO, 1997, p. 83).

Um terceiro conceito de monopólio diz que em uma economia pura de mercado, os casos de monopólio fazem parte do processo competitivo e assim dinâmico, no qual a ação dos empreendedores é refletida:

Dicho proceso puede, incluso, dar lugar a situaciones de aparente monopolio, como consecuencia de previsiones acertadas por parte de empresarios que ponen a disposición de los consumidores facilidades y recursos naturales que, aunque aparentemente monopolistas, no habrían surgido en forma alguna sin ese instinto y previsión empresarial que los ideó. (HERTA DE SOTO, 2004a, p. 234).

Entendido desta forma, os casos de monopólio não são permanentes nem inatacáveis. Há vários fatores mercadológicos que garantem a temporariedade do monopólio, a permanência deste ou não, dependerá dos consumidores e de suas necessidades, que se manifestam através do sistema de preços:

A entrada num determinado setor industrial é virtualmente livre aos recém-chegados, somente na medida em que os consumidores aprovelem a expansão desse setor, ou na medida em que os recém-chegados superem, por um atendimento melhor aos desejos do consumidor, os já estabelecidos. Investimento adicional só se justifica na medida em que satisfaça às mais urgentes necessidades dos consumidores, entre aquelas que ainda não foram atendidas. Se as instalações

⁶⁵ MISES, 2010, p. 337.

⁶⁶ “In the market, there is no discernible, identifiable competitive price, and therefore there is no way of distinguishing, even conceptually, any given price as a ‘monopoly price. [...] To define a monopoly price as a price attained by selling a smaller quantity of a product at a higher price is therefore meaningless, since the same definition applies to the “competitive price” as compared with a subcompetitive price. There is no way to define “monopoly price” because there is also no way of defining the “competitive price” to which the former must refer.” (ROTHBARD, 2009, p. 688-690).

existentes são suficientes, seria desperdício investir mais capital na mesma indústria. (MISES, 2010, p. 334).

Assim sendo, a única forma do monopólio se sustentar por tempo indeterminado sem a preocupação com a concorrência potencial é quando há concessão de privilégios governamentais que garantem através da lei o direito de haver um único produtor em determinada atividade. “O ponto crucial, então, é que não existem monopólios invulneráveis, a menos que eles estejam protegidos pelo Estado. [...] o que gera os monopólios não é o capitalismo, nem a competição, mas o Estado.”⁶⁷. Neste caso sim a concorrência é ausente.

3.3.2 Monopólio na Produção

Kirzner trabalha com o conceito de monopólio da produção, pois toda a sua análise é voltada ao empreendedor, que busca constantemente novas oportunidades de lucro. Contudo, para Kirzner o conceito de monopólio tem diferenças quando visto no curto e no longo prazo⁶⁸. Pode ser que obstáculos em uma situação anterior tenham gerado um monopólio. “Aqui as vantagens e desvantagens do monopólio variam conforme a perspectiva temporal que se adota: o que é monopolístico no curto prazo pode ser visto como competitivo no longo.”⁶⁹.

Os obstáculos à competitividade são os elementos que impedem a ação competitiva dos participantes no mercado, que obstruem o processo de mercado em si:

A competição, no sentido de processo, está, ao menos potencialmente, presente, a não ser que exista algum *empecilho arbitrário à entrada* de outros participantes. [...] Todo empecilho à entrada é uma restrição à competitividade do processo de mercado. (KIRZNER, 1986, p. 73, grifo do autor).

Na teoria da concorrência perfeita, o obstáculo à competitividade é a presença de alguma forma de poder de mercado, ou seja, a curva de demanda não ser perfeitamente elástica. Nota-se que há uma determinada situação de equilíbrio, com um determinado modelo de ações, “[...] a ausência de competição significa, simplesmente, que essa situação

⁶⁷ IORIO, 1997, p. 83-84.

⁶⁸ A noção de curto e longo prazo não está associada à variação de insumos, tal como na teoria ortodoxa. “Kirzner adota uma noção de prazos calcada nos estágios de planejamento empresarial. Conforme se está num nó decisório anterior de uma sequência interligada de um plano estamos falando de longo prazo, enquanto que curto prazo se refere a uma decisão mais adiante dessa sequência.” (BARBIERI, 2001, p. 94).

⁶⁹ Ibid., p. 95.

determinada (a ausência de controle dos participantes individuais do mercado sobre o preço) não predomina.⁷⁰

A livre competição não significa que não existam barreiras às atividades e aos mercados. A não existência de barreiras institucionais não torna a competição completamente sem restrições. Na competição cataláctica as restrições à competição surgem devido à escassez de bens e serviços.

Para a EA, a entrada em um mercado é virtualmente livre se os consumidores desejarem a expansão do setor ou se o empreendimento novo superar o antigo na concepção dos consumidores. Ai está a soberania do consumidor, que através da estrutura de preços determina quanto e em quais atividades deve-se investir:

Competição, entretanto, não significa que qualquer um possa prosperar simplesmente pela imitação do que as outras pessoas fazer. Significa a possibilidade de servir o consumidor através da oferta e de algo melhor e mais barato. (MISES, 2010, p. 335).

Já que o processo de mercado é própria ação empresarial, esta ação sempre é competitiva. Sendo a atividade empresarial competitiva, então não existem barreiras à sua ação. Considerando a atividade puramente empresarial⁷¹ e pensando uma economia sem restrições governamentais, o bloqueio à ação empresarial só pode se dar pelo acesso limitado aos recursos necessários à tal ação. O acesso restrito a certos recursos pode impedir o empreendedor de encontrar novas oportunidades de ganho, pois o monopólio destes recursos extingue essas oportunidades:

O monopólio, então, num mercado livre de obstáculos governamentais à entrada, significa para nós a posição de um produtor cujo controle exclusivo sobre insumos necessários bloqueia a entrada de competidores na produção de seus produtos. O monopólio, assim, *não* se refere à posição de um produtor que, sem qualquer controle sobre recursos, acha-se como o único produtor de um determinado produto. Esse produtor está inteiramente sujeito ao processo competitivo de mercado, já que outros empresários estão inteiramente livres para competir com ele. (KIRZNER, 1986, p. 77, grifo do autor).

Os concorrentes potenciais deste monopolista são os produtores que não estão exatamente na mesma atividade, mas em atividades semelhantes, que podem vir a tomar mercado. Entendendo o monopólio desta forma, tem-se a noção de que a lucratividade do produtor é favorecida conforme essa “proteção” da detenção de certos recursos. Quanto mais o produtor se proteger dessa concorrência potencial, bloqueando as atividades ao entorno da sua, maior será a lucratividade.

⁷⁰ KIRZNER, 1986, p. 72.

⁷¹ É a atividade empresarial que não exige nenhum recurso inicial para a tomada de decisão.

Esse bloqueio à entrada praticado pelo monopolista para se proteger, faz com que o processo competitivo tenda para outras atividades, criando uma área de atividade econômica, cercada por uma grande atividade competitiva e empresarial⁷².

⁷² Um elucidante exemplo é de um produtor de sumo de laranja que tem acesso único às laranjas, então este produtor detém monopólio total sobre esta atividade. Os competidores não poderão ter a mesma atividade, pois não tem acesso ao recurso “laranja”, restando para eles à produção de outras bebidas. Este monopólio desvia o processo competitivo-empresarial para outras atividades, no caso, outras bebidas. (KIRZNER, 1986, p. 79).

4 AS PERSPECTIVAS DA EFICIÊNCIA

A análise da Escola Neoclássica está fortemente influenciada pelos conceitos da física, especialmente da mecânica e da termodinâmica. Os físicos do século XIX construíram suas análises com base no conceito de energia, um conceito abstrato que somente podia ser observado em seus efeitos, a força e o movimento⁷³:

[...] la principal aplicación práctica de la ciencia física se plasma en el desarrollo de la ingeniería mecánica, construida exclusivamente sobre el concepto (estático) de eficiencia energética, que se define por los ingenieros como la “minimización en el despilfarro de energía”. [...] el objetivo de todo buen ingeniero mecánico el lograr el máximo de eficiencia (estática), entendida como el máximo de movimiento con el mínimo de consumo o despilfarro de energía. (HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 17).

Neste período, alguns pensadores das ciências sociais transportaram para seu campo de investigação os conceitos de eficiência da engenharia mecânica e da física. Com a ciência econômica não foi diferente; o conceito de “energia” passou a ser “utilidade”, e a eficiência dessa utilidade passou ser a sua maximização.

No entanto, utilizar a metodologia das ciências naturais para as ciências humanas não é algo válido. Isso porque nas ciências naturais existe uma previsibilidade dos fenômenos e a possibilidade de experimentações, o que não é aplicável à ação humana, da qual, subjetivamente, deriva-se a utilidade de algo. Isto levou os economistas da EA a criticar o conceito de eficiência usado pela Escola Neoclássica, devido à invalidez de sua metodologia e premissas, que é, em síntese, a eficiência econômica como apenas um problema técnico de maximização. O conceito utilizado pela EA trata a ciência econômica, tal como ela é, uma ciência humana.

Neste capítulo iniciar-se-á com a posição da Escola Neoclássica sobre a eficiência, as falhas de mercado, em especial a concentração de mercado, Logo após, tratar-se-á da visão da Escola Austríaca sobre a eficiência e o conceito central desta, a ação empresarial, seguida pela crítica ao conceito de “falhas de mercado”.

⁷³ HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 16-17, passim.

4.1 Escola Neoclássica e a eficiência

4.1.1 Eficiência Estática

O problema econômico, para os neoclássicos, é alocar eficientemente recursos escassos às necessidades ilimitadas. Com vistas nisso, a eficiência para esta escola é a alocação ótima de bens e de insumos, na qual não há outra alocação possível de bens e recursos em que a melhora de um indivíduo não prejudique outro. Essa relação é conhecida como ótimo de Pareto e é decomposta em três tipos:

i) Eficiência na troca: quando não há outra alocação possível de bens de consumo sem que alguns consumidores sejam prejudicados quando outros são beneficiados.

ii) Eficiência na produção: quando um estoque fixo de insumos não pode ser realocado entre as empresas sem diminuir a produção de pelo menos um dos bens produzidos.

iii) Eficiência na substituição: quando se atinge o ponto onde produzir mais de um bem e menos de outro não melhora a satisfação dos consumidores.

Para entender melhor as eficiências supracitadas, utiliza-se a Caixa de Edgeworth⁷⁴ que consiste em um diagrama que exhibe todas as alocações possíveis de duas mercadorias entre dois consumidores, ou dois insumos quaisquer entre dois processos produtivos⁷⁵. Na figura 14, apresenta-se a eficiência na troca e na produção:

⁷⁴ Já vista no Capítulo 2, item 2.2.2.

⁷⁵ PINDYCK, 2002, p. 573.

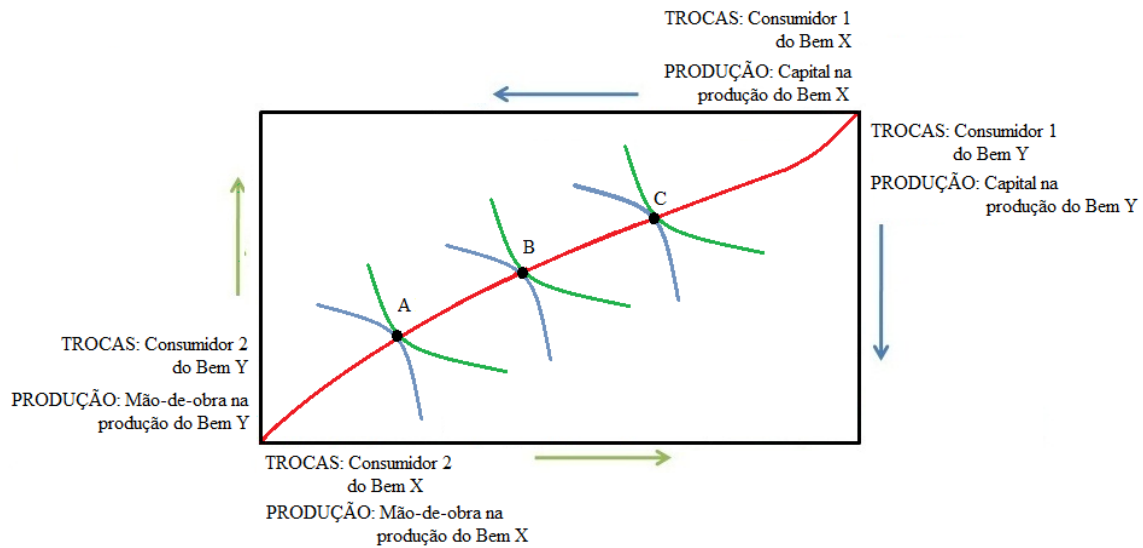


Figura 14 – Caixa de Edgeworth: eficiência na troca e na produção

Fonte: Adaptado de PINDYCK, 2002, p.575. Elaboração própria.

Todas as alocações eficientes entre o Consumidor 1 e o Consumidor 2 são dadas pelos pontos de tangências entre suas curvas de indiferença. “O conjunto de todos os pontos eficientes no sentido de Pareto na Caixa de Edgeworth é conhecido como conjunto de Pareto, ou curva de contrato”⁷⁶. Qualquer outra alocação, fora da curva de contrato, que torne maior o bem estar de uma pessoa, irá, por conseguinte, diminuir o bem-estar da outra.

No âmbito da produção, as alocações eficientes de capital e mão-de-obra também são dadas pelos pontos de tangência das isoquantas⁷⁷. “Se todas as empresas agirem como maximizadoras de lucro competitivas, o equilíbrio competitivo será eficiente no sentido de Pareto.”⁷⁸.

Com base nas condições de maximização da utilidade e do lucro, os economistas neoclássicos construíram um edifício organizado, simétrico e esteticamente agradável, dedutivo matemático, que ‘prova’ que, em condições de concorrência, os consumidores que maximizem a utilidade e que façam trocas, bem como os empresários que maximizem os lucros e que façam trocas, automaticamente agirão e interagirão de maneira a maximizar o bem-estar social. (HUNT, 1981, p. 407).

A eficiência da substituição cruza as duas eficiências já apresentadas, de modo que a produção mais eficiente dos bens proporcione a máxima satisfação dos consumidores. O

⁷⁶ VARIAN, 2006, p. 608.

⁷⁷ “Mostra todas as combinações de mão-de-obra e capital que podem produzir um dado nível de produção.” (BESANKO, 2004, p. 570).

⁷⁸ VARIAN, op. cit., p. 641.

modo de representação desta eficiência dá-se pela fronteira de possibilidades de produção (Figura 5).

Satisfeitos os três tipos de eficiências tem-se a alocação de bens e insumos de um equilíbrio competitivo e, a partir disso, são derivados os Teoremas Fundamentais do Bem-Estar Econômico.

O Primeiro Teorema diz que “se todos fizeram transações em um mercado competitivo, todas as transações mutuamente vantajosas serão realizadas e o equilíbrio na alocação dos recursos será economicamente eficiente.”⁷⁹.

O Segundo teorema diz que:

[...] se todos os agentes tiverem preferências convexas [ou seja, onde a média é preferida aos extremos], haverá sempre um conjunto de preços tal, que cada alocação eficiente no sentido de Pareto seja um equilíbrio de mercado para uma distribuição apropriada de dotações. (VARIAN, 2006, p. 625).

A condição primordial para os dois teoremas é a de que os mercados competitivos funcionem. Para assegurar que os princípios básicos da concorrência perfeita prevaleçam e assim aloquem eficientemente os recursos, os neoclássicos defendem a intervenção do governo na econômica. Em outras palavras, quando há “falhas de mercado” o governo deve intervir para corrigi-las.

4.1.2 Falhas de Mercado

Conforme visto acima, quando os Teoremas do Bem-Estar são feridos há falhas de mercado. Ou seja, quando não há equilíbrio de mercado em que todos os agentes estejam com o máximo de satisfação, é porque algo está “errado”, os pressupostos não estão sendo respeitados.

As falhas de mercado tratadas pelos neoclássicos são basicamente: i) externalidades; ii) informações incompletas; iii) bens públicos; e iv) poder de mercado. Os preços indicam como se dão as relações entre consumidores e produtores. Contudo, muitas vezes produtores/consumidores podem afetar os custos ou os benefícios de outros produtores/consumidores e acabam influenciando o preço e confundindo as informações dadas por este, dificultando a tomada de decisão dos agentes⁸⁰. Este fenômeno chama-se

⁷⁹ PINDYCK, 2010, p.531.

⁸⁰ BESANKO, 2002, p. 498.

externalidade. As externalidades podem ser negativas ou positivas: são positivas quando é gerado um benefício, e negativa quando se gera um custo ou quando o benefício é reduzido.

Um dos pressupostos do modelo de equilíbrio é o pleno conhecimento do mercado. A falta deste gera falhas. Quando as informações são incompletas ocorrem desencontros entre a oferta e a demanda, gerando excesso ou escassez de determinado bem ou serviço.

O bem ou serviço público é um bem ou serviço não-exclusivo, não há como excluir pessoas de seu consumo, e não-rival, que se dá quando o consumo de um indivíduo não reduz a quantidade a ser consumida pelos demais, o custo de se fornecer uma unidade adicional é zero. Quando estes bens e serviços são disponibilizados no mercado, não há como individualizar o consumo destes. A insuficiência na oferta desse bem gera ineficiência no mercado.

A última falha de mercado é chamada de poder de mercado. Quando há poder de mercado em certa indústria supõe-se que será ofertada menor quantidade do produto a um preço mais elevado. Esta situação geraria uma ineficiência de mercado, já que mais consumidores poderiam adquirir determinado bem se este fosse produzido em uma indústria com competição perfeita. Neste caso, há a possibilidade de aumentar bem-estar de um agente sem diminuir o bem-estar de outro, o que não constitui em uma situação de Pareto eficiente. Além de que, a longo prazo, não há incentivos em investir em tecnologia e na melhoria de produtos, reduzindo os ganhos em produtividade do setor

Neste sentido, as intervenções para eliminar o poder de mercado dão-se, normalmente, via leis antitruste, tributos e subsídios. Porém, uma política econômica é válida se ela aumentar a eficiência estática do mercado, na qual, com competição perfeita, essa eficiência é maximizada e junto o bem-estar social⁸¹.

4.1.3 Poder de mercado e Concentração

Uma questão polêmica sobre falhas de mercado e regulação é o poder de mercado. Isto é, quando os agentes conseguem influenciar os preços de determinado setor. Na visão da teoria dominante, quando o mercado não está em concorrência perfeita, ou seja, não está atomizado e com preço não determinado pelo mercado, há uma falha de mercado. Então, para

⁸¹ GONZALEZ, 2008.

os neoclássicos a concentração de produtores em determinado mercado, leva ao consequente controle destes sobre os preços e isto conduz, automaticamente, a prejuízos para os consumidores e para a concorrência em si.

Desta forma, o poder de mercado é definido, basicamente, como o ato de uma empresa de aumentar preços, ou reduzir quantidades por um nível razoável de tempo, tendo por finalidade o aumento de lucros⁸².

O poder de mercado pode ser estimado pelo nível de concentração que nele há:

Assim, o interesse central da concentração industrial, do ponto de vista econômico, é que ela torna possível o exercício de poder de mercado (market power), em estruturas industriais não competitivas. [...] Essa ineficiência alocativa estática, que acompanha o poder de mercado – e, por extensão, aos elevados níveis de concentração industrial – e da exaltação do ideal da concorrência perfeita. (BRAGA; MASCOLO, 1982, p. 405).

As medidas de concentração captam a forma na qual um comportamento dominante se apresenta em determinado mercado. Deste modo, distintos indicadores avaliam a participação dos agentes econômicos no mercado, a partir de diferentes critérios de ponderação. “Quanto maior o valor da concentração, menor é o grau de concorrência entre as empresas, e mais concentrado (em uma ou poucas empresas) estará o poder de mercado virtual da industrial [capacidade de controlar o preço do produto].”⁸³.

As medidas de concentração dividem-se em positivas ou normativas. São positivas as medidas que dependem somente da estrutura do mercado, ou seja, do nível e da distribuição das partes do mercado, não dependendo de parâmetros comportamentais. As medidas de concentração normativas consideram a estrutura de mercado juntamente com os parâmetros comportamentais. As medidas positivas têm a vantagem de se adequar melhor a estatística, porém, tem a desvantagem de não considerar aspectos importantes para a análise econômica. As medidas de concentração que serão apresentadas no quadro 1, são medidas positivas de concentração e são as mais usadas na literatura:

⁸² BRASIL, 2001, p. 4.

⁸³ RESENDE; BOFF, 2002, p. 74.

Razão de concentração	Índice de <i>Hirshman-Herfindah</i>	Índice de entropia de Theil
Razão de concentração de ordem k ($k = 1, 2, \dots, n$). Fornece a parcela de mercado das k maiores empresas. Quanto maior o índice, maior o poder de mercado.	Atribui peso maior às empresas maiores. Quanto maior for o índice maior será a concentração em dado mercado.	É usado no contexto da Teoria da Informação. O Índice Entropia pode ser interpretado como medida inversa da concentração.
$CR(k) = \sum_{i=1}^k s_i$	$HH = \sum_{i=1}^n s_i^2$	$ET = - \sum_{i=1}^n s_i \ln(s_i)$
Comumente calcula-se $CR(4)$, na qual se considera apenas a participação das quatro maiores empresas, e $CR(8)$, participação das oito maiores empresas.	O índice varia entre $1/n$ e 1. O limite superior representa o monopólio, caso extremo de concentração. No limite inferior todas as empresas têm o mesmo tamanho no mercado.	Dada a ocorrência de uma venda no mercado, a probabilidade que esta venda tenha sido efetuada pela empresa i é s_i , e a contribuição desta para o conteúdo informacional é $-s_i \ln(s_i)$, de modo que o índice estará indicando o conteúdo informacional esperado da ocorrência, calculado sobre todas as empresas. Trata-se da informação prestada pela empresa média. Quanto maior esta, menos será o grau de surpresa associado à mensagem e menos o índice de entropia, assim, maior será a concentração na indústria.
A principal deficiência está em ignorar a participação das menores empresas (fusões horizontais ou transferências de mercado destas empresas não alterarão o índice). Não leva em consideração a participação relativa de cada empresa no mercado (transferências de mercado entre as k empresas não afetam o índice).	Uma limitação do índice HH é de que, à medida que n muda, o limite inferior ($1/n$) também se modifica, de tal modo que comparações intertemporais ficam prejudicadas. Assim fazem-se necessários ajustes nos índices, quando o número de firmas ao longo do período estudado estiver variando.	

QUADRO 1 – Medidas de Concentração.

Fonte: RESENDE; BOFF, 2002, p. 77-89 passim. Elaboração própria.

A análise estática da eficiência avalia tudo que não for pertencente ao equilíbrio como falha de mercado. Assim ocorre com a concentração de mercado, é uma falha por não se enquadrar no modelo em que a concorrência é atomizada. Se analisada do âmbito dinâmico, a eficiência passa a ter um novo sentido.

4.2 A Escola Austríaca e a eficiência

4.2.1 Premissa fundamental: a eficiência dinâmica

Por eficiência dinâmica entende-se a capacidade de estimular a criatividade empresarial, ou seja, a perspicácia e a serendipidade, e assim, conduzir uma coordenação social. Isto quer dizer que, um indivíduo, uma empresa, uma instituição, ou o sistema econômico como um todo, serão tão mais eficientes conforme mais e melhor impulsionarem a criatividade e a coordenação empresarial⁸⁴.

A definição de eficiência dinâmica ultrapassa o conceito de utilização eficiente de recursos já existentes – dados - e acrescenta a possibilidade de criação de recursos através da função empresarial, devido à geração de informação e conhecimento e mudança de fins individuais. A eficiência estática, em que é importante a plena utilização dos recursos, ou seja, a eficiência alocativa, contrasta com a eficiência dinâmica, na qual os desperdícios são inevitáveis. Isso porque a ação empresarial, ao descobrir e criar continuamente novos fins e meios, ao mesmo tempo em que impulsiona a coordenação, faz surgir novos desajustes, fazendo com que alguns desperdícios sejam inevitáveis e circunstanciais à economia.

Desta forma, a eficiência dinâmica e a estática não são excludentes. A primeira engloba a segunda:

[...] la misma fuerza de la función empresarial que induce la eficiencia dinámica cuando crea y descubre nuevas oportunidades de ganancia la que logra el máximo grado de eficiencia estática que sea humanamente posible en cada momento, al coordinar los desajustes preexistentes.⁸⁵ (HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 30).

Entende-se, desta forma, que a concepção dinâmica da eficiência é inerente à concepção da função empresarial no processo de mercado coordenador. Portanto, torna-se necessário analisar as peculiaridades da ação empresarial, o motor do processo de mercado eficiente.

⁸⁴ HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 30.

⁸⁵ Aqui cabe a ressalva de que, com o fluxo constante e interminável de novos desajustes ocasionados pela função empresarial, o ótimo de Pareto é impossível de ser alcançado e assim, os desajustes nunca serão totalmente eliminados.

4.2.1.1 Função empresarial⁸⁶

Em um ambiente livre, os agentes, a fim de melhorar sua situação, trocam bens e serviços uns com os outros. Para isso os participantes desta troca devem, baseados no conhecimento restrito prévio, estar conscientes quanto as oportunidades de ganho por meio de trocas. Desta maneira, mesmo havendo oportunidades lucrativas de trocas, alguns agentes não as percebem, pois o conhecimento é limitado. Com isso abre-se uma arena para a atividade empresarial lucrativa.

Essa falta de coordenação, ou seja, essa oportunidade de lucro não explorada, é tida pela teoria dominante como uma ineficiência de mercado. Contudo, não há porque dizer que a não percepção dos agentes gere perda de bem-estar, ou que essa falta de coordenação crie problemas de eficiência. Há como avaliar uma organização social sem requerer ao conceito de bem-estar social. O sucesso de uma sociedade pode ser qualificado na promoção da coordenação das decisões individualizadas de seus membros⁸⁷:

Numa economia de mercado, a qualquer momento dado, uma enorme soma de ignorância é como uma pedra no caminho da coordenação completa das ações e decisões dos diversos participantes do mercado. É provável que existam inúmeras oportunidades despercebidas para troca mutuamente lucrativa (incluindo produção como uma via para trocas). Cada uma dessas oportunidades oferece também uma oportunidade para lucro empresarial. Cada uma das partes potenciais de cada uma dessas oportunidades inexploradas de troca está, como consequência da imperfeição do conhecimento, perdendo algum lucro possível, devido à falta de coordenação representada por essa situação (KIRZNER, 1986, p. 257)

Na concepção da EA, não há ineficiência na alocação de determinados recursos se nenhum dos agentes percebeu a ineficiência. Quando uma ação de nível superior a que foi tomada é ignorada, tem-se a concepção da ineficiência.

Assim, a função empresarial é o mecanismo coordenador do mercado definido como “la capacidad típicamente humana para darse cuenta de las oportunidades de ganancia que surgen en el entorno actuando en consecuencia para aprovecharse de las mismas”⁸⁸. A ação empresarial produz efeitos importantes para o processo de mercado:

i) Sempre gera nova informação. O ato empresarial descobre uma informação que antes não existia ou que não havia sido considerado. Esta informação é: subjetiva e prática, pois só se cria por meio a ação empresarial; dispersa, pois está difundida na mente de todos os indivíduos; e tácita, pois dificilmente é encontrada expressa de maneira formalizada.

⁸⁶ Apêndice C.

⁸⁷ KIRZNER, 1986, p. 256.

⁸⁸ HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 26.

ii) Apresenta caráter criativo. Isso significa que todos os desajustes sociais se refletem em um ansejo de lucro a ser descoberto pelos empresários:

[...] cuando un empresario se da cuenta de una oportunidad de ganancia que previamente había pasado inadvertida, *crea* una información en su mente que antes no existía, que resulta, una vez se lleva a cabo el acto empresarial, en la obtención de un beneficio empresarial puro. (HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 27).

iii) Transmite nova informação. Transmitir informação é fazer com que outro indivíduo gere em seu intelecto parte da informação já criada ou descoberta por outrem. A transmissão da informação é tácita e subjetiva⁸⁹, o que a leva a ser resumida, pois só se transmite uma ínfima parte imprescindível para coordenar o processo social. Este por sua vez, “[...] permite aproveitar da melhor maneira possível a limitada capacidade da mente humana para criar, descobrir e transmitir constantemente nova informação de tipo empresarial.”⁹⁰.

iv) Coordenadora. Com a criação de informação e a sua transmissão, os indivíduos passam a agir de forma coordenada, ou seja, conduzem seu comportamento em função de outros indivíduos:

Y es que el acto empresarial, a la vez que coordina, crea nueva información que a su vez modifica en el mercado la percepción general de fines y medios de los actores implicados, lo cual da lugar a la aparición de nuevos desajustes, que a su vez tienden a ser descubiertos y coordinados empresarialmente, y así sucesivamente a lo largo de un proceso que jamás se detiene de expansión sin límite del conocimiento y los recursos, apoyado sobre un volumen de población siempre creciente, y que tiende a ser tan coordinado como sea humanamente posible en cada circunstancia histórica (“Big Bang social coordinado”). (HUERTA DE SOTO, 2004b, p. 29).

O exercício livre da atividade empresarial torna o mercado mais eficiente. Sua ação coordenadora visa eliminar desajustes, as propagadas “falhas de mercado”, defendida por teóricos neoclássicos. Contudo, desajustes são inevitáveis, fazem parte da ação humana, justamente pela presença da incerteza genuína na sociedade.

A eficiência dinâmica não significa a alocação todos os meios de forma ótima, na qual não há desperdícios, nem as falhas de mercado ocorrem. A eficiência dinâmica significa sim a eliminação do máximo de desajustes com o conhecimento humanamente possível no presente momento.

⁸⁹“Como é lógico, a informação relevante é sempre subjetiva e não existe à margem das pessoas que sejam capazes de a descobrir ou interpretar, de forma que são sempre os seres humanos quem cria, transmite e compreende a informação. A ideia errônea de que a informação é algo objetivo tem a sua origem na concepção de que parte da informação subjetiva criada empresarialmente se materializa “objetivamente” em sinais (preços, instituições, normas, firmas etc.) que podem ser descobertas e subjetivamente interpretadas por todos no contexto das suas ações particulares, facilitando-se assim a criação de novas informações subjetivas cada vez mais ricas e complexas.” (HUERTA DE SOTO, 2010a, p. 40).

⁹⁰ Ibid., p. 40.

4.2.2 Desmistificação sobre as “falhas de mercado”

Para a EA, não existe mercado imperfeito, ou ineficiência deste. Então, a alegação neoclássica sobre a necessidade da intervenção governamental, não se aplica:

Alegam que o mercado é imperfeito, mas ignoram que o estado também é formado por homens. Constatar imperfeições no mercado não é prova de que intervenções são bem-vindas, tampouco o político é um santo homem iluminado. (CONSTANTINO, 2009, p.30).

A Escola Neoclássica comete o grande equívoco de pensar que o aparato estatal, “benevolente” e “acima de qualquer suspeita”, é capaz de corrigir os desajustes que os indivíduos, participantes do mercado, não perceberam.

O termo “falha de mercado” é usado de forma inteiramente equivocada. Fica evidente sua inconsistência por dois motivos: a arbitrariedade e a atemporalidade. O primeiro, é que o livre mercado nunca se embasou em situações de mercado em equilíbrio⁹¹, uma situação estática de perfeita satisfação, que levaria o ser humano a deixar de agir. O livre mercado é, na verdade, entendido como uma instituição com grande capacidade de resolver situações de descoordenação social. Longe de ser um estado, consiste num processo mais eficiente para o ser humano atingir fins individuais, sedimentado em hábito corriqueiro, com milhares e milhares de interações humanas complexas de fins distintos *ad infinitum*, pois gera constantemente novos fins, em virtude das novas informações e conhecimento produzidos no decorrer do tempo. Isto sem considerar a premissa falsa da informação perfeita; já que simplesmente não se pode gerir a totalidade das informações e o conhecimento que está disperso na sociedade, necessários para planificar as informações.

O segundo equívoco sobre as “falhas de mercado” advém da presunção de corrigir uma suposta “falha”. Isso porque a Escola Neoclássica embasa seu núcleo teórico na arbitragem de um modelo de equilíbrio atemporal e considera tudo que estiver fora desse equilíbrio como uma falha de mercado. O tempo é auto-evidente e deve ser levado em consideração em qualquer teoria econômica. O tempo, na concepção da EA não é o tempo inercial newtoniano, mas sim um tempo dinâmico. A ação humana imprevisível torna o futuro não um mero porvir determinístico, mas sim um futuro “por fazer”.

Desta forma, o arranjo da EA quanto às “falhas de mercado” baseia-se em duas preposições básicas. Uma de que as maiorias das falhas, quando melhor analisadas, são de classe institucional, resultantes de efeitos extra-mercados. A outra de que, quando as “falhas

⁹¹ BRANDA, 2011.

de mercado” ocorrem, elas tendem a ser ampliadas e não extinguidas, com a intervenção governamental⁹²:

A própria expressão "falhas de mercado", a rigor, parece deixar subentendido que os mercados são como que meios a serem usados para a obtenção de fins. Se estes últimos - que, segundo os preceitos do intervencionismo, devem ser eleitos pelos planejadores de plantão - não são alcançados, fala-se na ocorrência de algum tipo de deficiência no "sistema" (isto é, em resultados "injustos" na ordem espontânea de mercado). (IORIO, 2008).

Segundo a Escola Neoclássica há quatro principais falhas de mercado. A primeira delas são as externalidades. Quando ocorre qualquer externalidade, os neoclássicos dizem que a intervenção governamental é cabível, via subsídios, tributos ou regulação direta:

[...] os primeiros [externalidades] não devem ser, sob sua perspectiva, encarados como falhas de mercado, mas sim como problemas causados por falhas de governo, uma vez que, em última instância, consistem de invasões da propriedade privada, isto é, de algo que o Estado tem o dever de impedir, na medida em que ele existe exatamente para garantir os direitos individuais básicos, nos quais se incluem os direitos de propriedade. (IORIO, 2008).

Um exemplo de externalidade negativa é a poluição do ar por uma fábrica. Esta fumaça poluente é um ato invasivo e tal qual o vandalismo, que em uma sociedade livre pune-se após uma ação judicial, movida pelas vítimas, a poluição do ar então não é uma falha de mercado, mas uma falha do governo de preservar os direitos de propriedade⁹³. A solução não é a criação de uma agencia administrativa governamental para regular e controlar a fumaça produzida pela fábrica. A solução é a ação judicial para punir e banir os danos causados pela poluição às pessoas e à propriedade de terceiros⁹⁴:

En lo que se refiere a las externalidades negativas, está claro que se trata más bien de casos en los que existe una insuficiente definición y defensa de los derechos de propiedad por parte del Estado y no un mal funcionamiento del mercado. (HUERTA DE SOTO, 2004a, p. 235).

No que tange as externalidades positivas, o argumento é ainda mais falho. A própria ação humana⁹⁵ promove, naturalmente, externalidades positivas⁹⁶. Desta forma, as externalidades positivas não justificam a intervenção governamental:

O ator considera as vantagens que espera auferir para si mesmo tão importantes que está disposto a arcar com todos os custos. O fato de sua ação também beneficiar outras pessoas não o impedirá de realizar aquilo que promoverá o seu próprio bem-estar. (MISES, 2010, p. 750).

⁹² IORIO, 2008.

⁹³ Cabe ao governo proteger os direitos individuais básicos à vida, à liberdade e à propriedade. (Id., 1997, p. 44).

⁹⁴ ROTHBARD, 2009, 182.

⁹⁵ Praxeology, through its *Wertfrei* laws, informs us that the workings of the voluntary principle and of the free market lead inexorably to freedom, prosperity, harmony, efficiency, and order; while coercion and government intervention lead inexorably to hegemony, conflict, exploitation of man by man, inefficiency, poverty, and chaos. At this point, praxeology retires from the scene; and it is up to the citizen—the ethicist—to choose his political course according to the values that he holds dear. (Ibid., p. 1025).

⁹⁶ HUERTA DE SOTO, 2004a, p. 235

Com base nos argumentos supracitados, entende-se quão equivocada é a visão de que a ação governamental irá corrigir as “falhas de mercado”, com vistas no bem-estar social, que em si, não é mensurável:

Deve-se enfatizar, nesse ponto, que essa noção neoclássica de externalidades de mercado cria a ideia de que há custos e benefícios para a sociedade como um todo, além de expandir o conceito de eficiência social. Esse conceito é normalmente apresentado como sendo distinto das ações eficientes feitas por indivíduos dentro da sociedade. [...] na perspectiva austríaca, não é possível haver uma explicação racional sobre "eficiência" sem se considerar os agentes individuais que atuam na sociedade. (CORDATO, 2011).

Outra “falha de mercado” apresentada são as informações incompletas. O pressuposto neoclássico de informação perfeita é completamente implausível na realidade do mercado. “[...] o *conhecimento humano* contém sempre componentes de indeterminação e de imprevisibilidade, o que faz com que todas as ações humanas produzam efeitos involuntários e que não podem ser calculados *a priori*.”⁹⁷. O processo de mercado da EA difere completamente do equilíbrio de mercado neoclássico, justamente por considerar o mercado como um processo interminável de descoberta e articulação do conhecimento, um processo de tentativas e erros, justamente pela falta do completo conhecimento. A ação empresarial, fundamental para o processo mercadológico, procede exatamente na descoberta deste conhecimento.

Os bens públicos são outra “falha de mercado” na qual os neoclássicos defendem a intervenção direta do governo. Os benefícios gerados pelos bens públicos não podem ser alocados aos seus beneficiários e, assim, não há como redistribuir custos, pois não há como individualizar o consumo. É o Estado que deve produzi-los. Para a EA, bens públicos são casos extremos de externalidades positivas, devendo ser encarados como estas:

[...] no cabe definir de forma objetiva un bien público que tenga una naturaleza distinta al resto de los bienes y servicios que proporciona el mercado, sino además que en toda definición propuesta por la doctrina se incorporan juicios de valor que no es previsible sean compartidos por todos y que, en todo caso, no son científicos. (HUERTA DE SOTO, 2004a, p. 235).

Outras considerações sobre bens públicos devem ser tratadas. Em primeiro lugar, um bem público não é necessariamente gratuito. Em segundo lugar, se o bem é público não necessariamente este deve ser produzido via estatal e, menos ainda, que esta produção se dê em regime de monopólio⁹⁸.

⁹⁷ IORIO, 2011, grifo do autor.

⁹⁸ BRAUN, 2000, p. 39-46.

A última falha de mercado descrita refere-se ao poder de mercado. O poder de mercado em certo setor é associado à ineficiência, neste setor está sendo produzido a um preço maior uma quantidade menor do bem. Isto em comparação a um setor com ausência de poder de mercado, ou seja, em concorrência perfeita. Para corrigir este problema a intervenção governamental faz-se mais uma vez necessária. A regulação e a defesa da concorrência surgem como uma política para controlar esta “falha de mercado”, por intermédio de leis de defesa da concorrência, as leis antitruste:

As is true of many other measures, evaluation of the antitrust laws has not proceeded from an analysis of their nature or of their necessary consequences, but from an impressionistic reaction to their announced aims. (ROTHBARD, 2009, p. 1117).

Para os neoclássicos a forma extrema de poder de mercado encontra-se no monopólio. Como já dito, o monopólio para os neoclássicos é uma estrutura de mercado ineficiente, do ponto de vista social, na qual há um só produtor de determinado bem. É somente através de privilégios governamentais que o monopólio torna-se imbatível⁹⁹. Se a concessão de privilégios do governo torna viável o monopólio, é impossível este mesmo governo diminuir os casos de monopólio aprovando leis punitivas. A única forma de acabar com estes monopólios é pela eliminação destes privilégios¹⁰⁰:

Government cannot “restore competition” or “ensure” it. Government is monopoly; and all it can do is to impose restrictions which may issue in monopoly, when they go so far as to require permission for the individual to engage in production. This is the essence of the Society-of-Status. The reversion to status law in the antitrust legislation went unnoticed [...] the politicians [...] had secured a law under which it was impossible for the citizen to know beforehand what constituted a crime, and which therefore made all productive effort liable to prosecution if not to certain conviction. (PATERSON, 1943, p. 176-177 apud ROTHBARD, 2009, p. 1120).

Para a EA, o monopólio faz parte do processo competitivo dinâmico, é a recompensa da ação empresarial. Esta recompensa não é interminável, e esta situação vantajosa de ofertar sozinho para todo o mercado é temporária:

Muitos assumem que o livre mercado leva naturalmente à concentração de poder em cartéis ou monopólios, cabendo ao governo proteger os consumidores de tal risco. Mas, na verdade, as medidas antitrustes do governo costumam prejudicar justamente os consumidores ao dificultar a vida das empresas mais eficientes. (CONSTANTINO, 2009, p. 197).

Esta citação é melhor compreendida ao analisar-se o histórico e consequentes motivos da criação das leis antitruste – embasadas na teoria neoclássica de mercado –. O que se tratará a seguir.

⁹⁹ Capítulo 3, item 3.3.1.

¹⁰⁰ ROTHBARD, 2009, p. 1117.

5 DEFESA DA CONCORRÊNCIA: A REGULAÇÃO¹⁰¹

Em concorrência perfeita há grande atomização de empresas e, por consequência, não há poder de mercado. Esta seria a estrutura de mercado ideal para os neoclássicos, na qual a eficiência máxima é atingida com o nível máximo de bem-estar. No extremo oposto está o monopólio, com concentração da produção e poder de mercado, com perdas de eficiência e bem-estar, “impedindo” a concorrência. Desta forma, as instituições responsáveis pelo interesse público deveriam combater as formas contracionistas de mercado, a fim de conduzir o mercado ao mais próximo possível do ideal, a concorrência perfeita¹⁰².

A política de defesa da concorrência tem por objetivo:

[...] garantir a existência de condições de competição, preservando ou estimulando a formação de ambientes competitivos com vistas a induzir, se possível, maior eficiência econômica como resultado do funcionamento dos mercados. Em princípio, a concorrência pode (e deve) ser promovida e defendida em vários âmbitos atuação do Estado, mas existem sistemas legais especificamente voltados para essa finalidade [...] as chamadas *leis de defesa da concorrência* (ou *leis antitruste*). (MELLO, 2002, p. 485, grifo do autor).

Nos modelos neoclássicos, “em mercados com externalidades, a concorrência isoladamente não é capaz de produzir os resultados esperados, ou seja, há falhas de mercado que só podem ser resolvidas com regulação.”¹⁰³.

Neste capítulo, o primeiro item tratará da teoria econômica utilizada na defesa da concorrência. Após, versar-se-á sobre a história da defesa e regulação da concorrência, seguindo para a história desta no Brasil, abrangendo, especificamente, o atual formato do SBDC.

5.1 Teoria Neoclássica e a Regulação e Defesa da Concorrência

A defesa da concorrência tem como base teórica a teoria de mercado neoclássica. A tradição da política antitruste está fortemente influenciada pelo paradigma teórico

¹⁰¹ Esta temática constitui uma mescla de aspectos jurídicos e econômicos. “No sentido de que o Direito prevê a forma para conteúdos econômicos”. (MELLO, 2002, p. 486).

¹⁰² ANVERSA, 2004, p. 30.

¹⁰³ PRADO, 2008, p. 12.

dominante¹⁰⁴. Esta teoria defende que estruturas de mercado concentradas, onde há poder de mercado, favorecem práticas anticompetitivas que intentam manter uma posição dominante. Estas práticas estão coligadas à ineficiência de mercado e perda de bem-estar social, necessitando de intervenção governamental para corrigir tais problemas¹⁰⁵.

A política de defesa da concorrência visa restringir o exercício de poder de mercado, “[...] pois, em princípio, empresas que detêm esse poder são capazes de prejudicar o processo competitivo, gerando ineficiências como resultado de seu exercício.”¹⁰⁶. As leis antitruste não tornam ilegal o poder de mercado, apenas buscam controlá-lo.

A implementação das leis antitruste dá-se por meio de dois padrões básicos (Figura 15). O primeiro refere-se às regras relativas à conduta. Estas prevêm punições às ações restritivas da concorrência, que se dão pelo uso do poder de mercado. Tais condutas anticompetitivas dividem-se em: (i) horizontais – redução da concorrência entre as firmas de um mesmo mercado, são acordos entre os concorrentes ou concorrência predatória visando reduzir/eliminar a concorrência, para aumentar o poder de mercado; são exemplos a prática de preços predatórios¹⁰⁷ e acordos entre concorrentes, como cartéis –; e (ii) verticais – ocorrem ao longo da cadeia produtiva, são restrições praticadas por um produtor da cadeia que afetam os mercados relacionado verticalmente, a montante ou a jusante; são exemplos dessa prática as restrições territoriais e de base de clientes, a fixação de preços de revenda, os acordos de exclusividade, a venda casada e a recusa de negociação.

O segundo trata das ações de caráter estrutural, que “[...] buscam evitar o surgimento de estruturas de mercado mais concentradas [...] por meio do controle preventivo sobre os

¹⁰⁴ Os fundamentos teóricos da política antitruste foram, em geral, desenvolvidos a partir da microeconomia neoclássica e foram refinados por estudiosos especializados na organização industrial. Apensar de avanços, a teoria da organização industrial permaneceu muito arraigada nas estruturas clássicas de mercado, concorrência perfeita e monopólio puro. Porém, nos anos 1940 e 1950, teóricos desta escola focavam suas análises em estruturas de mercado intermediárias. Os economistas da teoria da organização industrial, em geral, começaram a aceitar a relação determinística entre estrutura de mercado e desempenho. A concentração de mercado elevada, conluio entre as empresas, economias de escala, ou a diferenciação do produto, poderiam criar barreiras à entrada e o poder de mercado distorceria os recursos econômicos. Nas décadas de 1950 e 1960 a perspectiva de estrutura-conduta-desempenho tornou-se a principal justificativa intelectual para a política antitruste tradicional. Nos anos 1970, a crítica ao modelo de estrutura-conduta-desempenho e à regulação antitruste tradicional aumentaram acentuadamente. Nos anos 1970 e início dos 1980 ocorreu a chamada revolução antitruste, na qual houve uma queda na “atividade pública antitruste”. Muito disto deveu-se ao ceticismo das agências responsáveis pela regulação e defesa da concorrência nas teorias tradicionais antitruste – Governo Regan. A revolução antitruste teve vida curta. Novos administradores das agências responsáveis nos governos Bush e Clinton expandiram a legislação antitruste. A regulação antitruste, apesar de décadas de crítica intelectual, voltava ao cenário econômico. (ARMENTANO, 1999, p. xii-xvi).

¹⁰⁵ SALGADO, 1992, p. 5.

¹⁰⁶ MELLO, 2002, p. 488.

¹⁰⁷ “[...] prática deliberada de preços abaixo do custo variável médio, visando eliminar concorrentes para, em momento posterior, poder praticar preços e lucros mais próximos do nível monopolista.” (Ibid., p. 504).

chamados atos de concentração.”¹⁰⁸. Os atos de concentração, fusões, aquisições, *joint-ventures*, incorporações, por exemplo, também podem ser: (i) horizontais – união de empresas de um mesmo mercado –; e (ii) verticais – movimentos de integração vertical que envolvem uma mesma cadeia produtiva:

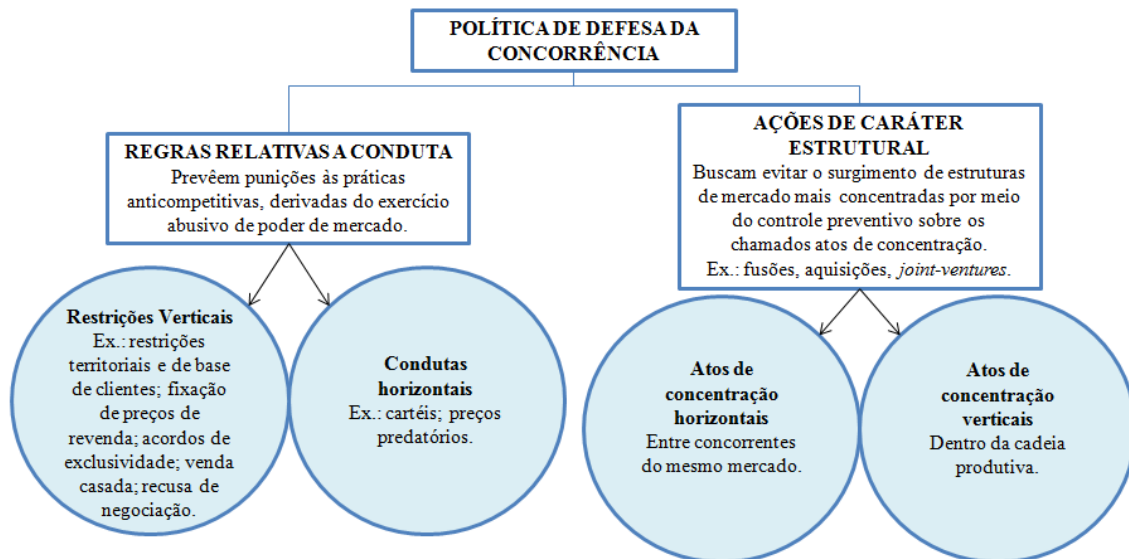


Figura 15 – Padrões básicos de implementação da política de regulação e defesa da concorrência.

Fonte: Baseado em MELLO, 2002, p. 499-510 passim. Elaboração própria.

Para a teoria neoclássica as autoridades reguladoras são promotoras da concorrência ao mesmo tempo em que previnem práticas anticompetitivas, “[...] concorrência e regulação não são antítese um do outro, mas meios diferentes de buscar o mesmo objetivo – garantir condições de eficiência nos mercados.”¹⁰⁹.

Porém, é da alçada do governo assegurar as liberdades dos indivíduos, e não interferir nos fenômenos de mercado. “O intervencionismo significa que o governo não somente fracassa em proteger o funcionamento harmonioso da economia de mercado, como também interfere em vários fenômenos de mercado.”¹¹⁰.

¹⁰⁸ MELLO, 2002, p. 488.

¹⁰⁹ Ibid., p. 512.

¹¹⁰ MISES, 2009, p. 47.

As intervenções acabam por mascarar lucros, preços, preferências, enfim, sinais de mercado que indicam o que e quanto produzir de bens. Essas distorções no mercado confundem os agentes, que passam a ter ações ainda mais descoordenadas.

5.2 História da regulação e defesa da concorrência

A lei de defesa da concorrência reporta à Inglaterra, a partir do século XVII; na qual foi estabelecido um conjunto de decisões judiciais sem um código preciso para definir os aspectos legais envolvido nos casos abordados, a *common law*. Esta serviu de base para as leis antitruste desenvolvidas no Novo Mundo.

No final do século XIX começaram a surgir as primeiras manifestações quanto ao aumento do poder de mercado e a concentração econômica. São elas, “*Act of the Prevention and Suppression of Combinations Formed in Restraints of Trade*”, no Canadá, em 1889 e, o mais conhecido, “*Sherman Act*” nos Estados Unidos, em 1890¹¹¹. O modelo canadense era inaplicável e somente após a sua reformulação, em 1986, a política de defesa da concorrência começou a ser realmente aplicada neste país.

O modelo norte-americano foi adotado por muitos países industrializados. Contudo “os modelos dos outros países constituíam-se em versões adaptadas às suas especificidades sociais, culturais, institucionais e à forma e intensidade do aprofundamento de seu desenvolvimento capitalista.”¹¹².

A primeira lei antitruste aprovada nos Estados Unidos foi no estado de Missouri, em 1890, após a fusão do “*trust do gado*”¹¹³. Este caso consistiu na fusão vertical de quatro empresas do setor de carne bovina. Esta fusão permitiu o aproveitamento de economias de escala, além do aproveitamento de diversas inovações tecnológicas:

El Trust del Vacuno, que es como se conoció a la nueva empresa, fue capaz de enviar el producto final de su nuevo sistema productivo a cualquier punto de los EEUU desde sus instalaciones centrales, situadas en Chicago. Esta revolucionaria forma de hacer negocio se benefició enormemente del desarrollo del ferrocarril, que había logrado vertebrar los diferentes mercados regionales del país. La aparición de los primeros vagones refrigerados también fue clave en la puesta en práctica de la nueva manera de producir carne y a la hora de llevarla hasta el consumidor. (CALZADA, 2006).

¹¹¹ SALGADO, 1992, p. 1.

¹¹² ANVERSA, 2004, p. 32.

¹¹³ CALZADA, 2006.

Como consequência, o preço da carne de gado em todo o país caiu vertiginosamente. Contudo, logo após a queda dos preços, pecuaristas e açougueiros iniciaram um *lobby*¹¹⁴ para enfrentar esta nova empresa. Ou invés de imitar as empresas pioneiras ou oferecer serviços diferenciados, os membros do *lobby* iniciaram uma série de denúncias e solicitaram ao poder político a paralisação das atividades de seu exitoso competidor¹¹⁵. Ou seja, as empresas menos eficientes do mercado exigiam do poder público uma punição à empresa mais eficiente, que mesmo concentrando mercado ofereceu o benefício de menor preço aos consumidores. Mediante essas denúncias a primeira lei antitruste foi aprovada:

Fue un adelanto de lo que luego sería la futura ley federal. Las prácticas encaminadas a lograr una situación de monopolio quedaron prohibidas, pero la ley era lo suficientemente vaga como para no dejar claro a qué prácticas concretas se refería. (CALZADA, 2006).

A lei federal foi aprovada em dois de junho de 1890. É a conhecida *Sherman Act*, ou *Sherman Antitrust Law*, projeto de lei elaborado pelo senador John Sherman¹¹⁶:

De modo geral, o Sherman Act proíbe todas as formas de combinações restritivas ao comércio entre os Estados ou com o exterior, assim como consideram ilegais a monopolização, a tentativa de monopolização ou a combinação entre agentes para a monopolização do comércio entre os Estados e com o exterior. Originalmente, estas condutas eram consideradas contravenções. A partir de 1974, passaram a ser consideradas crimes. (ANVERSA, 2004, p. 35-36).

Essa lei permitiu à concorrência ser tratada como bem jurídico de interesse de toda a sociedade e não somente das empresas prejudicadas. Compunham a lei duas seções, uma, em essência, proibia cartéis. A outra proibia tentativas de monopolizar o mercado; não proibia os monopólios em si, se estes fossem alcançados por meios competitivos normais¹¹⁷.

O texto do *Sherman Act* era genérico, deixando a decisão ser tomada caso a caso. A Suprema Corte dos EUA desenvolveu dois dispositivos para contornar este problema da lei e torná-la mais aplicável. O primeiro é a “regra da razão” ou “princípio da razoabilidade”, é o “[...] balanço hipotético de prós e contras para a situação de concorrência, se o acordo ou ato de concentração viesse a ocorrer.”¹¹⁸; se a ação for considerada não razoável – menos prós que contras – ela é declarada ilícita. O segundo o chamado “ilícito *per se*”; é usado para “[...] determinar os tipos de negócios que são considerados, de antemão, terminantemente

¹¹⁴ *Lobby* é o “nome que se dá à atividade de pressão de grupos, ostensiva ou velada, com o objetivo de interferir diretamente nas decisões do poder público, em especial do Legislativo, em favor de interesses privados”. (FERREIRA, 1986, p. 399).

¹¹⁵ CALZADA, 2006.

¹¹⁶ “[...] el senador John Sherman intentó proteger a pequeñas empresas ineficientes de sus mayores y más eficientes competidores. Y lo hizo a pesar de los nefastos efectos de estas intervenciones sobre el bienestar del consumidor y sin que le importaran los más básicos principios de la propiedad privada o del mercado libre.” (Ibid.).

¹¹⁷ MELLO, 2002, p. 487.

¹¹⁸ ANVERSA, 2004, p. 36.

anticompetitivos e prejudiciais ao público, sem considerar se ocorreu efetivo dano à concorrência.”¹¹⁹.

Com o objetivo de evitar interpretações não idôneas, foram criados, em 1914, o *Clayton Act* e a *Federal Trade Commission*. A Lei *Clayton* era mais completa, que em particular proibia: i) discriminação de preços que gerassem efeitos anticompetitivos – foi, em 1936, emendada pela Lei *Robinson-Patman* –; ii) práticas de venda casada e de acordo de exclusividade que resultassem em prejuízos à concorrência; iii) fusões prejudiciais à concorrência – emendada em 1950 pela Lei *Celler-Kefauver* –; iv) participação cruzada no controle das empresas concorrentes. No entanto, “o caráter jurisprudencial do sistema jurídico nos EUA torna tão ou mais importante que a própria lei de jurisprudência dos tribunais criada pela sua aplicação ao longo do tempo.”¹²⁰.

Desde 1968 os órgãos reguladores da concorrência “[...] emitem diretrizes para fusões (*guidelines*), manuais sobre as suas interpretações a respeito da legislação antitruste.”¹²¹. Em 1976 com a edição do *Hart-Scott-Rodino Improvement Act*, a Lei *Clayton* foi modificada. Esta passou a estabelecer a obrigatoriedade da notificação prévia dos atos de concentração às instituições responsáveis pela defesa da concorrência, ficando a cargo das autoridades antitruste julgar tal ato.

5.3 A defesa da concorrência no Brasil

A Constituição de 1934 foi a primeira da história brasileira a trazer preocupações relacionadas à liberdade econômica¹²². Já a primeira manifestação na ordem jurídica brasileira sobre o preceito antitruste remonta ao Decreto-Lei n. 869 de 1938, no regime ditatorial do Estado Novo, regulamentando o art. 141 da Constituição de 1937, de inspiração fascista. Este decreto delibera os crimes contra a economia popular, sua guarda e seu emprego:

Assim, o primeiro diploma legal brasileiro com características de norma antitruste surgiu com o objetivo constitucionalmente definido principal de tutela da economia popular e, por conseguinte, dos direitos do consumidor, o que o difere da gênese da legislação antitruste norte-americana. (ANVERSA, 2004, p. 63).

¹¹⁹ ANVERSA, 2004, p. 36.

¹²⁰ MELLO, 2002, p. 487.

¹²¹ ANVERSA, op. cit., p. 37.

¹²² “Art. 115. A ordem econômica dever ser organizada conforme os princípios da justiça e as necessidades da vida nacional, de modo que possibilite a todos existência digna. Dentro desses ditames, é garantida a liberdade econômica.”. (BRASIL, 1934).

Os dispositivos deste decreto continham típicos preceitos proibitivos das leis antitrustes, eram eles: destruir e inutilizar com o fim de aumentar preços; reter matéria-prima; abandonar atividade econômica mediante indenização paga pela desistência da concorrência; promover ou participar de consórcio, convênio, ajuste, aliança ou fusão de capitais, com o fim de impedir ou dificultar a competição; vender mercadorias abaixo do preço de custo procurando impedir a concorrência; exercer funções de direção, administração ou gerência de mais de uma empresa ou sociedade do mesmo ramo de indústria ou comércio com o objetivo de impedir ou dificultar a concorrência; celebrar ajuste para impor determinado preço de revenda ou exigir do comprador que não compre de outro vendedor; transgredir tabelas oficiais de preços de mercadorias¹²³.

O Decreto-Lei n. 4.407, de 1942, criou a Comissão de Defesa Econômica, que foi substituído pelo Decreto-Lei n. 7.666, em 1945. Este decretava os atos considerados contrários aos interesses da economia nacional, criando a Comissão Administrativa de Defesa Econômica. “O Decreto-Lei foi revogado [pelo Decreto-Lei n. 8.167, de 9 de novembro de 1945] com a destituição de Getúlio Vargas, já que aparentemente contrariava os interesses do período de liberalizado que marcava o fim do Estado Novo.”¹²⁴. Contudo, já na Constituição de 1946 o art. n. 148 determinava que toda e qualquer forma e abuso do poder econômico fosse reprimida. O controle sobre o abuso econômico voltou em 1962, com a lei n. 4.137, que estabelecia o Conselho Administrativo de Defesa Econômica. O período conturbado da política brasileira refletiu-se sobre as normas jurídicas (Quadro 2):

¹²³ BRASIL, 1938.

¹²⁴ CARVALHO; DAOU 2005, p. 57.

1937 - 1988	1989 – 1994	1994 - aos dias atuais
Defesa da Economia Popular	Fase de transição	Defesa da Concorrência
Não mostrava capacidade para punir/reprimir as atitudes irregulares (que feriam a "proteção da economia popular").	Novo rumo com: lei antitruste n. 8.028/1990 ¹ ; lei n. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor); lei n. 8.137/90 ² (que passa a considerar crime os atos que atentem à ordem econômica); e a lei n. 8.158/91 ³ que instruiu normas para a defesa da concorrência e reduziu o poder discricionário dado ao CADE e deu poder de autoridade antitruste também ao SNDE, hoje, SDE.	Lei nº 8.884 ⁴ de 1994 estabelece as atuais normas de defesa da concorrência.

QUADRO 2 – Fases da Constituição brasileira conforme a defesa da concorrência.

Fonte: Baseado em CARVALHO; DAOU 2005, p. 56-58 passim; ANVERSA, 2004, p. 62-71 passim. Elaboração própria.

¹ Revogada pela lei n. 8.410/92.

² Vide lei n. 9.249/95.

³ Revogada pela lei n. 8.884/94.

⁴ Alterada posteriormente pelas leis: n. 9.021/1995, n. 9.069/1995, n. 9.470/1997, n. 9.873/1999, n. 10.149/2000, n. 10.843/2004.

Em 1994, juntamente com a concepção do Plano Real que reformulou a economia brasileira, foi promulgada a lei n. 8.884¹²⁵ - transforma o Conselho Administrativo de Defesa Econômica, CADE, em autarquia, e dispõe sobre a prevenção e a repressão as infrações contra a ordem econômica e dá outras providências –, que juntamente com os dispositivos que não foram revogados, constituem a atual norma da defesa da concorrência no Brasil:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a prevenção e a repressão as infrações contra a ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico. (BRASIL, 1994).

Há dois mecanismos de defesa da concorrência. Um deles é encontrado nos art. 20 e 21 – Capítulo II, das Infrações –, trata-se da propriedade repressiva às condutas anticompetitivas. O outro – Título VII – trata da propriedade preventiva a estas condutas¹²⁶:

Podemos inferir da observação acima que a defesa da concorrência possui duas vertentes a prevenção e a repressão. A prevenção, quando procura evitar que fusões e aquisições que tenham característica anticompetitivas se realizem. E, a repressão, quando investiga e pune condutas anticompetitivas. (CONSIDERA, 2005, p. 4).

¹²⁵ “Em junho de 1994 o Brasil abandonou o controle de preços, trocando-o pela lei da oferta e da demanda e adotou a Lei 8.884 que estabeleceu um moderno aparato de defesa e promoção da concorrência.” (CONSIDERA, 2005, p. 5).

¹²⁶ ANVERSA, 2004, p. 71.

Por mais que o início das leis antitruste tenha sido diferenciado dos outros países, a atual legislação sobre a defesa da concorrência aproxima-se dos moldes internacionais:

Nunca houve no Brasil uma discussão racional, economicamente fundamentada e empiricamente verificada sobre a propositura da legislação antitruste. Todo o arcabouço legal vigente em solo caboclo não passa de cópia desbotada do *Sherman Act* e outras normas correlatas do direito norte-americano. (PIRES, 2011).

5.4 Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência

O Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC – é composto por três órgãos. O Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência – CADE –, uma autarquia com competência sobre a concorrência, a Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE –, e a Secretaria de Direito Econômico – SDE –, órgãos de administração direta:

Essa estrutura tripartite do sistema confere transparência e pluralidade à análise de atos de concentração e processos administrativos. Por outro lado, o sistema tem sido acusado de ineficiência, uma vez que a pluralidade de órgãos e autoridades com competência em matéria antitruste termina por ocasionar delongas na conclusão dos casos que lhes são submetidos. Referida demora se apresenta incompatível com o desenvolvimento de um ambiente concorrencial saudável, uma vez que, desde a perspectiva preventiva, a demora na análise de atos de concentração onera as empresas e gera um ambiente de incerteza no mercado afetado. (SAMPAIO; PEREIRA NETO, 2008, p. 8).

Com a lei n. 8.884/94, o CADE passou a ser uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Justiça, com personalidade jurídica. É um tribunal administrativo que julga a ocorrência de infrações contra a concorrência com o poder de aplicar penalidades aos infratores. Compõem o Plenário do Conselho um presidente e seis membros, com notório saber jurídico ou econômico e incorruptíveis¹²⁷. Cabe ao plenário, segundo o art. 7º da Lei nº 8.884/94: decidir sobre a existência de infração à ordem econômica e aplicar as penalidades previstas em lei; decidir os processos instaurados SDE; decidir os recursos de ofício do Secretário da SDE; ordenar providências que conduzam à cessação de infração à ordem econômica, dentro do prazo que determinar; aprovar os termos do compromisso de cessação de prática e do compromisso de desempenho, bem como determinar à SDE que fiscalize seu cumprimento; apreciar em grau de recurso as medidas preventivas adotadas pela SDE ou pelo Conselheiro-Relator; requisitar informações de quaisquer pessoas, órgãos, autoridades e entidades públicas ou privadas, respeitando e mantendo o sigilo legal quando for o caso, bem

¹²⁷ “Art. 4º - O Plenário do CADE é composto por um Presidente e seis Conselheiros, escolhidos dentre cidadãos com mais de trinta anos de idade, de notório saber jurídico ou econômico e reputação ilibada, nomeados pelo Presidente da República, depois de aprovados pelo Senado Federal.” (BRASIL, 1994).

como determinar as diligências que se fizerem necessárias ao exercício das suas funções; requisitar dos órgãos do Poder Executivo Federal e solicitar das autoridades dos Estados, Municípios, Distrito Federal e Territórios as medidas necessárias ao cumprimento desta lei; apreciar os atos ou condutas, sob qualquer forma manifestados, sujeitos à aprovação nos termos do art. 54, fixando compromisso de desempenho, quando for o caso; requerer ao Poder Judiciário a execução de suas decisões, nos termos desta lei; determinar à Procuradoria do CADE a adoção de providências administrativas e judiciais.

As análises para os casos de “Conduta” e “Atos de Concentração” são desenvolvidas por um dos conselheiros, o Conselheiro-Redator, escolhido de forma aleatória, após receber o parecer da SDE. Após a análise do Conselheiro-Redator, este produz um relatório e um voto por escrito que é submetido ao Plenário. A decisão se dá por maioria simples e não é passível de recurso em instância administrativa, apenas jurídica¹²⁸.

A SEAE, vinculada ao Ministério da Fazenda, tem:

[...] tem a função de realizar pareceres econômicos acerca dos processos de conduta e controle de concentração de mercados. A elaboração desses pareceres não adquire caráter vinculante, apenas auxilia a instituição de análise nas questões econômicas pertinentes aos processos de objetivos de julgamento pelo CADE. (BARBOSA, 2006, p. 23).

Resumindo, “a SEAE procede à análise econômica da operação, visando mensurar os impactos sobre a concorrência, tomando como base o Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração”¹²⁹. A partir da análise, a SEAE recomenda ou não a imposição do CADE à situação.

A SDE, ligada ao Ministério da Justiça, subdivide-se em dois departamentos, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor e o Departamento de Defesa Econômica, este último ligado aos temas antitrustes. “A SDE possui competência investigativa e opinativa sobre a existência de infração à ordem econômica e para proferir pareceres quanto à possibilidade de aprovação de atos de concentração.”¹³⁰.

Como dito, a política de defesa da concorrência no Brasil passou para uma fase avançada com a Lei de Defesa da Concorrência, a lei 8.884 de 1994. Em 2001, a SEAE e a SDE publicaram em conjunto um Guia para análise econômica de atos de concentração horizontal. Contudo, entende-se que o Guia também possa ser aplicado a outras operações que possam restringir ou lesar a livre concorrência, ou implicar na dominação de mercado. Contudo as notificações apresentadas envolverem, esmagadoramente, fusões.

¹²⁸ BARBOSA, 2006, p. 22-23 passim.

¹²⁹ BRASIL, 2010, p. 7-8.

¹³⁰ SAMPAIO; PEREIRA NETO, 2008, p. 8.

A partir de 2003 novos avanços foram realizados com o intuito aprimorar o SBDC. Um deles foi eliminar a sobreposição de funções. A SDE deveria concentrar-se nos acordos anticompetitivos e condutas unilaterais e a SEAE na análise dos atos de concentração. Por meio de uma portaria conjunta, a SEAE e a SDEA estabeleceram critérios para a qualificação de atos de concentração para o procedimento sumário, desta forma os atos que não representam riscos a concorrência são analisados e aprovados rapidamente; porém, esta análise ainda exige a notificação prévia.

A partir de 2004 os dois órgãos começaram a analisar as fusões notificadas simultaneamente e a mandar um relatório conjunto ao CADE; este, por sua vez, passou a adotar o relatório da SEAE/SDE ao invés de elaborar seu próprio¹³¹.

¹³¹ OCDE, 2010, p. 48.

6 ANÁLISE CRÍTICA DA METODOLOGIA BRASILEIRA UTILIZADA NOS ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL

No Brasil o controle dos atos de concentração e contratos é abarcado nos art. 54 ao 59 da Lei n. 8.884 de 1994. Assim, os atos que possam, sob qualquer forma, limitar ou prejudicar a livre concorrência, ou implicar na dominação de mercados relevantes, deverão ser submetidos ao julgamento do CADE. No entanto, os atos que cometerem tais infrações citadas, poderão ser autorizados pelo CADE se: (i) objetivarem o aumento da produtividade, a melhora na qualidade dos bens ou dos serviços, propiciar a eficiência e o desenvolvimento tecnológico e econômico; (ii) os benefícios de tal concentração/contrato forem distribuídos por igual entre os seus participantes e os consumidores e usuários finais; (iii) não eliminarem a concorrência de parte substancial do mercado relevante; e, (iv) os limites estritamente necessários para atingir os objetivos propendidos forem observados. Também poderão ser autorizados os atos que atenderem as três primeiras exigências anteriores, quando há necessidade preponderante para a economia nacional e do bem comum e que não impliquem prejuízo ao consumidor ou usuário final.

Incluem-se aos atos de concentração e contratos, os atos que propendam a qualquer forma de concentração econômica, por fusão ou incorporação de empresas, composição de sociedade para o controle de empresa ou qualquer forma de agrupamento societário, que resulte participação de empresa, ou grupo de empresas, em 20% do mercado relevante ou que qualquer participante do ato de concentração tenha registrado faturamento bruto anual no último balanço, superior a quatrocentos milhões de reais¹³².

Os atos com as características supracitadas deverão ser apresentados para análise, previamente, ou no prazo máximo de quinze dias úteis após sua realização¹³³, por meio de encaminhamento da respectiva documentação à SDE, que em seguida enviará ao CADE e a SEAE¹³⁴.

Compete à SEAE emitir um parecer técnico sobre os efeitos dos atos nos mercados atingidos, salientando o âmbito econômico e recomendando a aprovação ou não de tal ato.

¹³² Medida Provisória n. 1.488-17, de 31/10/1996 (DOU de 01/11/1996, em vigor desde a publicação).

¹³³ As mudanças de controle acionário de companhias abertas e os registros de fusão, sem prejuízo da obrigação das partes envolvidas, devem ser comunicados a SDE, pela Comissão de Valores Mobiliários e pelo Departamento Nacional de Registro Comercial do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, respectivamente, no prazo de cinco dias úteis para, se for o caso, serem examinados.

¹³⁴ Lei n. 9.021, de 30/03/1995 (DOU de 31/03/1995, em vigor na data da publicação).

Tão logo receba o parecer técnico da SEAE, emitido em até trinta dias, a SDE irá se manifestar em igual prazo e, prontamente enviará o processo ao Plenário do CADE, que julgará no prazo de até sessenta dias.

Tal parecer técnico dado pela SEAE e pela SDE, consiste no “Guia para análise econômica de atos de concentração horizontal”, definido pela Portaria Conjunta SEAE/SDE de primeiro de agosto de 2001¹³⁵. A apresentação deste consiste na primeira parte do presente capítulo, bem como as etapas de análise do Guia a respectiva análise crítica destas. Na segunda parte é apresentada a crítica final à regulação dos atos de concentração horizontal.

6.1 Guia para análise econômica de atos de concentração horizontal

O Guia surge com vistas à necessidade de se estabelecer regras de conduta comuns, com o fim de organizar e aprofundar da análise de atos de concentração econômica horizontal, favorecendo a transparência e agilizando os procedimentos de análise com maior segurança jurídica.

O objetivo do Guia é apresentar a metodologia e os princípios de análise dos atos de concentração horizontal adotados pela SEAE e pela SDE. Estes procedimentos e princípios constituem as principais fases da análise antitruste:

Os procedimentos apresentados neste documento são aplicáveis às integrações horizontais de empresas, isto é, concentrações que envolvam provedores de bens ou serviços que sejam competidores entre si. Não obstante, os princípios lógicos reunidos nesses procedimentos podem ser utilizados, com a devida adaptação, também em casos de concentração que envolvem agentes econômicos consumidores de um mesmo bem ou serviço. (BRASIL, 2001, p. 3).

Segundo as agências antitruste, os efeitos produzidos pelos atos de concentração sobre o bem-estar econômico podem ser positivos ou negativos. Estes atos podem aumentar a vantagem competitiva das empresas, como economias de escala e escopo, redução dos custos de transação, etc. Assim, o bem-estar econômico também aumenta. Porém, a concentração pode diminuir o número de participantes no mercado em questão, diminuindo a concorrência e facilitando práticas anticompetitivas, como aumento de preços, redução da qualidade, da variedade e de inovações, diminuindo igualmente o bem-estar econômico e social. Assim sendo, não é razoável determinar, a princípio, se atos de concentrações afetam positiva ou negativamente. Faz-se necessária a ponderação dos efeitos caso a caso. Sendo este o critério

¹³⁵ A Portaria foi publicada no Diário Oficial da União n. 158-E, de 17 de agosto de 2001, Seção 1, p. 12-15.

geral utilizado para os casos de concentração horizontal, a SEAE e a SDE estabelecerão como critério básico para a emissão de um parecer favorável à operação, os atos que tenham um efeito líquido não-negativo sobre o bem-estar econômico.

Considera-se um efeito líquido não-negativo concentrações que não reduzem o bem-estar econômico, ou seja, que não gerem controle de uma parcela substancial de mercado, ou, se gerarem controle de uma parcela substancial de mercado, neste seja difícil de exercer poder de mercado. Ou ainda, se gerarem o controle de parcela substancial de mercado em um mercado em que seja possível o exercício do poder de mercado, os possíveis efeitos negativos, derivados da probabilidade de exercício do poder de mercado, não sejam superiores aos possíveis incrementos de bem-estar gerados pela concentração.

O controle de uma parcela substancial de mercado é definido no Guia, dado o mercado relevante, quando a empresa for capaz de provocar variações nos preços por um período razoável de tempo, ao restringir a oferta, ou seja, a empresa controla parte substancial de mercado quando detêm poder de mercado.

Seguindo a mesma linha, o exercício de poder de mercado é definido pelo Guia como o ato de uma empresa unilateral, ou de um grupo coordenado de empresa, de aumentar os preços, reduzir quantidades, diminuir qualidade, variedade, serviços, ou, ainda, reduzir o nível de inovações em comparação ao nível em total concorrência, por um período razoável de tempo, com o intento de aumentar lucros. A decisão de exercer poder de mercado não depende apenas do controle de uma parcela substancial de mercado, tem de haver elementos que tornem a restrição de quantidade ofertada pela empresa lucrativa, ou seja, a adoção de condutas anticompetitivas tem de ser economicamente atrativas.

Assim, o Guia analisa as condições que afetam a probabilidade de exercício de poder de mercado, são elas: importações, entrada no setor, efetividade de rivalidade e outros fatores que favorecem a coordenação de decisões. Dada esta análise inicial, o Guia passa para a avaliação dos efeitos líquidos da concentração, para, desta forma, poder apresentar um parecer sobre o ato de concentração. Passemos agora para análise de cada uma das etapas da análise de concentração horizontal¹³⁶.

¹³⁶ Anexo B.

6.1.1 Definição de Mercado Relevante

A definição do mercado relevante consiste na primeira etapa da análise dos atos de concentração horizontal:

A definição de um mercado relevante é o processo de identificação do conjunto de agentes econômicos, consumidores e produtores, que efetivamente limitam as decisões referentes a preços e quantidades da empresa resultante da operação. (BRASIL, 2001, p. 9).

No Guia está presente a definição de mercado em duas diferentes dimensões: dimensão do produto e dimensão geográfica. Utiliza-se o teste do “monopolista hipotético” para tal definição. Este mensura o grau de substituíbilidade entre o menor grupo de bens e serviços na menor área geográfica em que o hipotético monopolista consiga estabelecer um “pequeno, porém significativo e não transitório aumento de preços”¹³⁷.

O teste do “monopolista hipotético” procede da seguinte forma: inicialmente, consideram-se os bens¹³⁸ produzidos e vendidos pelas empresas participantes do ato na distância territorial de atuação destas e estuda-se qual seria o resultado final de um “pequeno, porém significativo e não transitório aumento de preços”, para o hipotético monopolista destes bens, nesta área. Se o resultado for que o aumento de preços não é rentável para o suposto monopolista, será acrescentado à definição original de mercado relevante, o substituto mais próximo dos bens produzidos pela empresa após o ato de concentração e a região da qual procede a produção que melhor substitui a produção da empresa em questão.

A repetição do exercício descrito acima se dá, continuamente, até o ponto no qual um grupo de produtos e um conjunto de localidades sejam identificados como economicamente interessantes, para estabelecer um “pequeno, porém significativo e não transitório aumento de preços”. Desta forma, o monopolista poderá impor este preço quando os consumidores não forem capazes de desviar parte substancial de sua demanda para bens substitutos ou oriundos de outras regiões. Para estimar o grau de substituição dos produtos envolvidos no ato de concentração, utiliza-se a elasticidade preço da demanda e a elasticidade preço da oferta¹³⁹. Estas devem ser baixas o bastante para que o suposto monopolista lucre com o aumento de preços.

¹³⁷ Para finalidades de aplicação, a SEAE e a SDE adotam como referência de um “pequeno porém significativo e não transitório aumento de preços” o aumento de 5%, 10% ou 15%, conforme o caso concreto, por um período não inferior a um ano.

¹³⁸ Por facilidade expositiva, bens e serviços serão considerados como apenas bens/produtos.

¹³⁹ Apêndice B.

No caso de mercado com empresas com diferenciação de marca, faz-se necessário o uso da elasticidade preço cruzada de demanda. Nesta situação, os valores das elasticidades cruzadas indicam a escala de preferência da demanda no conjunto dos produtos relevantes. Se o valor da elasticidade cruzada for alto, significa que os consumidores substituem mais facilmente um produto pelo outro, dada a variação nos preços relativos. Se o valor for baixo, a substituição dos produtos é mais difícil. Assim, se as elasticidades cruzadas dos produtos das empresas participantes do ato de concentração forem altas e próximas entre si e baixa para os produtos das concorrentes, haverá maior possibilidade de exercício de poder de mercado. Para o cálculo de tais elasticidades, faz-se uso de recurso econométricos e estatísticos, como pesquisa de mercado a partir de uma amostra.

No entanto, como já apresentado, a concepção da EA acerca de poder de mercado é diferente da encontrada no Guia. O domínio de uma determinada empresa sobre produtos em uma determinada área não significa que esta empresa adotará um comportamento prejudicial à concorrência. Este comportamento prejudicial é considerado pelas agências antitruste como um “pequeno, porém não significativo e não transitório aumento de preços”, o que quer dizer, o aumento de 5%, 10%, ou 15% dos preços por um período não maior que um ano.

Esse comportamento do suposto monopolista irá, na concepção do Guia, gerar uma lucratividade não transitória, em decorrência do aumento de preços, porém, a definição é arbitrária, e deixa margem a certas dúvidas. Conforme a base de preços em questão e o aumento percentual – dentre as três opções –, o conjunto de produtos e a área geográfica que a empresa tem domínio podem ser alterados. Isso porque a base e o aumento dos preços alteram a elasticidade preço da demanda. A base pode ser definida conforme o nível de preços que seria vigente em um mercado competitivo, ou o nível de preços em vigor no mercado, ou ainda, um nível de preços futuros¹⁴⁰. O Guia brasileiro não faz menção à base de preços utilizada, o que deixa margem a definições equivocadas de mercado relevante.

A base de preços escolhida também interferirá na definição do mercado relevante. Não há como ser feita a comparação do aumento de preços no teste do “monopolista hipotético”, sem o forte uso da arbitrariedade:

There is no way to define “monopoly price” because there is also no way of defining the “competitive price” to which the former must refer [...] there is no such thing as a “monopoly price” or a “competitive price” on the market. There is only the “free-market price”. (ROTHBARD, 2009, p. 690-698 passim, grifo nosso).

Assim como não há como definir o que seria um “preço competitivo” para comparar a um “preço monopolístico”, não há como definir um nível de preços futuros. Não há como

¹⁴⁰ BARBOSA, 2006, p. 104.

saber como o mercado irá se comportar futuramente, o mercado consiste em um processo, com incerteza genuína¹⁴¹.

Outro problema está em considerar previamente a incapacidade dos consumidores desviarem sua demanda, ou seja, a inelasticidade da demanda¹⁴². Isto fere dois pressupostos da cataláxia: (i) a função empresarial, do lado da oferta, que, ao descobrir novos meios e novas necessidades, podem ofertar algo novo que possa vir a substituir certos produtos, como também alterar a ordem de preferências dos consumidores; e (ii) a soberania do consumidor, do lado da demanda, em que o consumidor poderá modificar seu consumo. Toda a ação trata-se de um futuro desconhecido, assim, “futuras necessidades e valorações, reação dos homens a novas condições, novos conhecimentos tecnológicos e científicos, novas ideologias ou políticas, não podem ser antecipadas.”¹⁴³.

6.1.2 Determinação da Parcela de Mercado

Paras as agências antitruste, uma condição necessária, mas não suficiente para considerar um ato de concentração prejudicial ao bem-estar econômico é que a empresa resultante deste ato detenha uma parcela substancial do seu mercado relevante. Quando a oferta da empresa é pequena em relação ao total ofertado no setor, a empresa não tem o poder de, unilateralmente ou coordenada com outras empresas, mudar suas condutas. Assim ela não é capaz de exercer poder de mercado. No entanto, quando a oferta da empresa em relação ao setor é alta, esta pode, unilateralmente ou coordenada com outras empresas, praticar condutas anticompetitivas. Desta forma, a empresa ou o grupo terão parcela suficientemente alta do mercado relevante para exercer poder de mercado.

São dois os critérios utilizados para identificar se a concentração gera controle de parcela de mercado suficientemente alta. O primeiro é se a concentração provoca o exercício unilateral de poder de mercado em que a participação seja igual ou superior a 20% do

¹⁴¹ Apêndice D. O caso AmBev mostra tal arbitrariedade: a Secretaria definiu 10% como um “pequeno, porém não significativo e não transitório aumento de preços” no teste do monopolista hipotético. No entanto, no relatório, não foi definido o porquê de 10% e a base de preços utilizada.

¹⁴² Apêndice D. Na definição de mercado relevante para o caso Garoto-Nestlé foram utilizadas as elasticidade da demanda e de oferta para analisar a substituição entre os produtos. Com o resultado das elasticidades, os produtos foram agregados conforme a sua substituíbilidade, no entendimento da Secretaria. Tais agregações de produtos podem distorcer o mercado analisado, além do que, a substituíbilidade entre produtos é uma questão subjetiva e mutante no tempo; o que pode modificar o resultado final do ato de concentração.

¹⁴³ MISES, 2010, p. 140.

mercado relevante¹⁴⁴. O segundo é se a concentração torna viável o exercício coordenado de mercado sempre que a concentração tornar a soma de participação de mercado das quatro maiores empresas – CR(4) – igual ou superior a 75% e a participação da nova empresa for igual ou superior a 10% do mercado relevante.

As medidas clássicas de medir a concentração de mercado, são a Razão de Concentração (CR) e o Índice de *Hirshman-Herfindah* (HH)¹⁴⁵. Estas são calculadas tendo como base o mercado relevante já definido. As empresas consideradas como participantes são as empresas que efetivamente produzem ou vendem no mercado relevante.

No Brasil, as agências antitruste utilizam a razão de concentração para guiar sua decisão quanto a possíveis fusões. Os dados da análise podem ser relativos à capacidade produtiva, ao volume ou ao valor das vendas, conforme o mais adequado a análise da competição deste mercado. “Como proxy para medir o poder de mercado resultante do ato de concentração, a SEAE faz uso do índice de razão de concentração – CR, adotando a medida para as quatro maiores firmas.”¹⁴⁶. Dependendo do caso, a SEAE utiliza o índice de *Hirshman-Herfindah* na análise¹⁴⁷.

Porém, a economia é um processo dinâmico, de interações de milhares e milhares de indivíduos buscando seus fins constantemente mutáveis. Sob essa premissa, a visão sobre eficiência passa a ser dinâmica ao invés de estática, considerando esta inválida na análise dos processos concorrenciais.

Assim, a alocação de recursos não se restringe à solução matemática de maximização na busca de um ponto ideal e estático focado pelo núcleo teórico neoclássico. “Uma medida de concentração, qualquer que seja, é sempre um indicador estático da estrutura concorrencial de mercado.”¹⁴⁸ As estimações pré e pós-concentração referem-se apenas a uma situação inerte, em que nada muda¹⁴⁹. O período dos dados utilizados no cálculo das parcelas de mercado é de um ano, imediatamente anterior ao ato de concentração. Consequentemente,

¹⁴⁴ Art. 20, §2º, da Lei nº 8.884 de 1994.

¹⁴⁵ As medidas de concentração foram abordadas no Capítulo 4, seção 4.1.3.

¹⁴⁶ BARBOSA, 2006, p. 74.

¹⁴⁷ A agência antitruste norte-americana tem usado o Índice de *Hirshman-Herfindah*. O Guia para orientação de fusões (*Menger Guidelines*) estabeleceu bandas para ter um referencial para basear a análise de fusões potenciais. Ao invés de trabalhar o índice entre $1/n$ e 1, as agências antitruste trabalham com a base 100 percentual (Ibid., p. 87).

¹⁴⁸ SALGADO, 2003, p. 36.

¹⁴⁹ Influência da concepção de tempo newtoniano – Capítulo 2, item 2.1.1.

este período pretérito e totalmente arbitrário, não consegue captar a real dinâmica concorrencial do setor¹⁵⁰.

6.1.3 Exame da Probabilidade de Exercício de Poder de Mercado

Como visto na seção anterior, o fato do mercado ser concentrado, não implica, necessariamente, que haverá exercício do poder de mercado. O Guia traz os fatores que determinam se o exercício de poder de mercado é ou não plausível. São eles: importações, entrada e rivalidade¹⁵¹:

Nesta etapa de análise, a contestabilidade dada pelas condições de ampliação de novas importações, os custos irrecuperáveis (*sunk costs*) e as barreiras à entrada de novas empresas e o grau de rivalidade entre as firmas existentes são os principais conceitos que precisam ser aplicados à verificação se o exercício de poder de mercado é viável. (BARBOSA, 2006, p. 81).

O primeiro deles, as importações e a possibilidade de importar, são fatores que inibem o poder de mercado, tanto o unilateral como o coordenado. Quanto maior a participação das importações ou quanto maior a possibilidade de importar, menor será a probabilidade de que a empresa exerça poder de mercado. Uma pequena quantidade de importações não é suficiente para presumir a possibilidade de exercício de poder de mercado, deve-se considerar também a possibilidade que as importações, em uma quantidade e prazo críveis¹⁵², em resposta a um “pequeno, mas significativo e não transitório aumento de preços”.

Neste ponto é importante considerar a elasticidade-preço da oferta. Precisa-se saber a que preço esta elasticidade torna-se elástica, ou seja, a que preço a quantidade importada torna-se independente da alteração dos preços. Se este preço for expressivamente superior ao preço de um mercado competitivo, há a possibilidade que a empresa originária do ato de

¹⁵⁰ Apêndice D. No caso Garoto-Nestlé, a Secretaria analisou os últimos três anos anteriores o ato de concentração e determinou a parcela de mercado para os produtos definidos no mercado relevante. No entanto, a estrutura de mercado passando por uma grande mudança, como é a aquisição de uma empresa, altera sua distribuição no mercado. O mesmo vale para o caso AmBev, a porcentagem de participação do mercado da pós-concentração, apenas somou a participação do mercado da Brahma, Antarctica e Skol no estágio pré-concentração, como se não houvesse reações por parte de concorrentes, nem mudanças estruturais. Além do mais, a elevada participação no mercado não significa prejuízo ao consumidor.

¹⁵¹ Anexo B2.

¹⁵² Adota-se o período de um ano e importações equivalentes a pelo menos 30% do valor de consumo aparente – produção nacional, mais importações, menos exportações – como razoáveis indícios de que a importação é suficiente para evitar o exercício de poder de mercado.

concentração aumente seu preço ao mesmo nível do preço de importação¹⁵³. Desta forma, mesmo havendo possibilidade para importação, a empresa resultante do ato consegue exercer poder de mercado.

O segundo fator a ser analisado é a possibilidade de entrada de novos competidores do mercado. Para esta análise as Secretarias consideram as atitudes que uma empresa hipotética que deseje entrar no mercado adotará¹⁵⁴.

O exercício de poder de mercado não pode se dar quando a entrada for provável, tempestiva e suficiente. A entrada é considerada provável quando é economicamente lucrativa ao nível de preços vigente antes da concentração e quando estes preços forem garantidos pela possível entrante. Se os preços não forem garantidos pela possível empresa entrante quando o acréscimo mínimo de sua oferta provocar redução dos preços de mercado, a entrada será plausível quando as escalas mínimas viáveis¹⁵⁵ forem menores que às oportunidades de venda no mercado a preços anteriores ao ato de concentração. A entrada é tempestiva quando todas as etapas de entrada no mercado, do planejamento à construção da planta e distribuição do produto, se derem no prazo de dois anos. A entrada é suficiente se permitir adequadamente o aproveitamento de todas as oportunidades de venda por todos os entrantes potenciais.

No Guia há também outros fatores que influem na avaliação da possibilidade de entrada de uma nova empresa. Como parcelas de mercado potencialmente disponíveis, ou melhor, oportunidades de venda, que são identificadas pela restrição da produção proveniente do poder de mercado das empresas estabelecidas e pela capacidade da empresa entrante de apropriar-se parte do mercado.

O Guia define barreiras à entrada como quaisquer elementos que ponham um potencial competidor eficiente em desvantagem com relação aos agentes econômicos estabelecidos. Desta forma, são constituem barreiras à entrada os seguintes elementos:

i) custos irrecuperáveis: os chamados *sunk costs*, são custos que não podem ser recuperados ao sair do mercado. Estes custos são decorrentes do alto grau de especificidade do capital, da existência de mercado para máquinas e equipamentos usados, bem como para o aluguel de

¹⁵³ Nota-se que o preço de importação pode estar incorporando custos de transporte, tarifas, e outros custos que a empresa originária do ato de concentração não incorre.

¹⁵⁴ Podem ser usados exemplos de empresas que tenham entrado no mercado nos últimos cinco anos como base sobre as condições de entrada, desde que não existam indícios de que o exemplo já não seja representativo das condições de entrada no momento da análise.

¹⁵⁵ “São o menor nível de vendas anuais que o entrante potencial deve obter para que seu capital seja adequadamente remunerado. A remuneração adequada de capital equivale à rentabilidade que o volume de recursos investidos na entrada poderia obter em uma aplicação correspondente no mercado financeiro, ajustada ao risco do setor em que se vislumbra a entrada. O capital investido no setor equivale ao total de gastos que uma empresa deve realizar para se instalar no mercado, realizar um ciclo de produção e estar em condições de vender seu produto.” (BRASIL, 2001, p. 13).

bens de capital e do volume de investimentos necessários para garantir a distribuição do produto;

ii) barreiras legais e regulatórias: criadas pelo governo ou por agências reguladoras para a realização da empresa, como licenças comerciais, autorizações, alvarás, entre outros. Estas barreiras podem gerar *sunk costs*, ou até mesmo eliminar a possibilidade de entrada;

iii) recursos de propriedade exclusiva das empresas: são patentes, insumos de produção privativos e uso exclusivo da rede de distribuidores;

iv) economias de escala e de escopo: economias de escala são economias de insumos provenientes do aumento da quantidade de produção total; economias de escopo são economias decorrentes da produção de dois ou mais bens e conjunto. Estas economias dependem das escalas mínimas eficientes, do aumento dos custos ao se produzir em escalas sub-ótimas, do crescimento do mercado, entre outros;

v) grau de integração da cadeia produtiva: aumenta os *sunk costs* das potenciais entrantes ou implica à entrada em dois mercados ao mesmo tempo;

vi) fidelidade dos consumidores às marcas estabelecidas: marcas estabelecidas tendem a ser maior em mercados em que as estratégias de diferenciação de produtos é uma das principais estratégias competitivas. A empresa entrante incorre em altos gastos em publicidade, convertendo-se em *sunk costs*;

vii) ameaça de reação dos competidores instalados: capacidade das empresas instaladas em baixar preços e sustentá-los por no mínimo um ano, a um nível inferior aos do mercado competitivo.

O terceiro fator da análise é a rivalidade. Mesmo que as importações não sejam representativas e a entrada improvável, a efetividade da rivalidade, ou seja, a efetividade da competição entre a empresa resultante da concentração e as empresas instaladas, as rivais, pode fazer com que o exercício de poder de mercado seja pouco provável. Isto se as rivais assumirem um comportamento agressivo frente ao poder de mercado da nova empresa resultante do ato de concentração.

A concentração no mercado pode reduzir a efetividade da rivalidade por três maneiras. A primeira, considerando um mercado com produtos homogêneos, decorre da impossibilidade do desvio de consumo por parte dos consumidores para os produtores concorrentes. Isso ocorre quando as empresas rivais não forem capazes de aumentar suficientemente a sua oferta

em um prazo razoável¹⁵⁶. A segunda, considerando o mercado com produtos diferenciados, procede da incapacidade de parcela significativa dos consumidores não conseguirem transferir seu consumo para produtos substitutos. Isto ocorre quando a parcela significativa de consumidores considera os produtos das empresas envolvidas no ato de concentração como escolhas prioritárias quando as opções subsequentes não forem substitutos próximos; quanto maior as características técnicas dos produtos – a marca, por exemplo – menor é o grau de substituição. A terceira são os fatores que apuram as condições de coordenação de condutas e de orientação de regras, o que beneficia a determinação de sanções para os que se desviarem de acordos estabelecidos entre as empresas. As condições para a coordenação de condutas são ascendentes quando existem poucas empresas no mercado, os produtos e as empresas são homogêneos, a informação relevante sobre os rivais estão disponíveis e quando as condutas das empresas, embora legais, restringem a competição entre as empresas.

Todavia, as possíveis restrições do poder de mercado através dos três fatores – possibilidade de importações, barreiras à entrada e a rivalidade entre as empresas do setor – deixam de fora aspectos relevantes no processo de análise. Primeiro, que em uma economia de mercado nada impede que as importações adentrem determinado setor e concorram com os bens nacionais. As barreiras tarifárias e não-tarifárias prejudicam ou até mesmo impedem as importações e, dessa forma, as barreiras ao comércio internacional agem da mesma forma que as barreiras legais impostas em território nacional, segundo fator. Desta forma, o primeiro e o segundo pontos ficam estritamente relacionados ao aspecto legal de restrição à entrada de novos competidores que, como já visto, tem origens no privilégio de concessão governamental ou restrições. O terceiro e último ponto, a rivalidade, é vista como prejudicada quando há concentração de mercado. Todavia, a concentração do mercado por si só não diminui a concorrência, pois se o mercado é livre, não existem barreiras à entrada e há uma efetiva concorrência, que se dá pela ameaça constante dos novos e possíveis entrantes¹⁵⁷.

¹⁵⁶ Considera-se essa impossibilidade de aumento da oferta em um prazo razoável quando as empresas rivais operarem em plena capacidade e não for economicamente viável o aumento da produção em até dois anos, ou, quando a operação da capacidade ociosa instalada causar custos mais elevados que a operação do nível de produção existente.

¹⁵⁷ Apêndice D. No caso AmBev, o produto que apresentava concentração de mercado, a cerveja, passou para o exame da probabilidade de exercício de poder de mercado. Foi constatado que as importações não são um possível entrave ao poder de mercado, pois há restrições legais às importações – barreiras tarifárias e não tarifárias –. No caso Garoto-Nestlé, considerando o chocolate, a Secretaria constatou que o exercício de poder de mercado era provável, mesmo sendo possível a entrada de novos participantes. O exercício de poder de mercado poderia ocorrer devido à força da marca das empresas participantes do ato. Contudo, a percepção da marca é algo totalmente subjetivo e o seu sucesso é fruto exclusivo de uma eficiente campanha de marketing.

6.1.4 Exame das Eficiências Econômicas Geradas pelo Ato

O fato de existir poder de mercado não significa que o bem-estar econômico será prejudicado. O efeito líquido da concentração compara os custos econômicos com as possíveis eficiências econômicas advindas no ato. Podem ser consideradas eficiências econômicas:

[...] os incrementos do bem-estar econômico gerados pelo ato e que não podem ser gerados de outra forma (eficiências específicas da concentração). Não serão consideradas eficiências específicas da concentração aquelas que podem ser alcançadas, em um período inferior a dois anos, por meio de alternativas factíveis, que envolvem menores riscos para a concorrência. (BRASIL, 2001, p. 16).

O Guia traz a advertência de que, por se tratar de eventos futuros, os incrementos de eficiência apresentam grande dificuldade de verificação e qualificação. Já que os incrementos de eficiência cogitados podem não se realizar serão atendidas como eficiências específicas da concentração aquelas cuja extensão e a probabilidade de ocorrência possam ser verificadas “[...] por meios razoáveis, e para as quais as causas (como) e o momento em que serão obtidas (quando) estejam razoavelmente especificados.”¹⁵⁸. Na análise, a Secretaria não considera as eficiências situadas de modo indefinido, quando se referirem à especulação ou quando não puderem ser verificadas por meios razoáveis. Observa-se também, que não serão considerados como eficiências os lucros decorrentes do aumento de parcela de mercado ou os atos que se tratem de transferência de receitas entre os agentes econômicos.

As eficiências específicas supracitadas dão-se sob a forma de economias de escala e escopo, introdução de tecnologia, apropriação de externalidades positivas ou eliminação das externalidades negativas, geração de mercado compensatório. Economias de escala e de escopo adentram a área industrial, estas reduzem os custos médios de produção. A redução dos custos médios em decorrência de economia de escala, dá-se devido a redução do custo fixo, que compõe grande parte do custo total¹⁵⁹, o aumento da produtividade do trabalho, da produtividade do capital e das propriedades físicas do equipamento, ou a propriedade dos processos podem gerar economias. A redução dos custos médios devido às economias de escopo dá-se pelo melhor aproveitamento por uma só empresa do que por várias de insumos

¹⁵⁸ BRASIL, 2001, p. 16.

¹⁵⁹ Custos fixos são custos não dependem da quantidade produzida. Então, quando a produção aumenta, os custos fixos médios diminuem, reduzindo os custos médios de produção. Quando os custos fixos são uma parte significativa dos custos médios, a concentração da produção pode proporcionar importantes reduções nos custos fixos médios da empresa resultante da operação.

comuns a determinado processo produtivo, bem como os recursos de distribuição e comercialização.

A introdução de uma nova tecnologia específica da concentração tem a possibilidade de gerar diversas formas de eficiências: o lançamento de um novo produto; ou o aumento da produtividade que tenha a necessidade de grande escala; ou ainda a aquisição de uma empresa por outra em que esta substitua uma equipe de administradores ineficazes por outra que potencializa o aumento de produtividade.

A geração e apropriação de externalidades positivas e eliminação das externalidades negativas aumentam a eficiência do mercado e, assim, o bem-estar. O Guia apresenta exemplos de apropriação de externalidades positivas decorrentes da concentração: a apropriação de *spill-overs* tecnológicos; racionalização da oferta em setores que apresentam excesso de capacidade instalada; e disponibilização de informações aos consumidores, para auxiliar o processo de tomada de decisão. Quanto às externalidades negativas, somente quando não há medidas de políticas públicas para tratá-las, ponderar-se-á a eliminação destas externalidades como um incremento de eficiência decorrente da concentração:

Ainda que as externalidades negativas sejam bastante frequentes, é importante considerar que diferentes opções de políticas públicas estão disponíveis para tratar do tema e que, portanto, a autorização de uma fusão não necessariamente é a melhor forma de eliminá-las do ponto de vista do bem-estar econômico. Por isso, ao considerar o argumento de que a eliminação de externalidades negativas é um incremento de eficiência específica da concentração, a SEAE e a SDE estarão particularmente atentas à possibilidade de obter o mesmo efeito por meio de outras políticas públicas. (BRASIL, 2001, p. 18).

O poder de mercado compensatório também é considerado pelas Secretarias como uma eficiência gerada pelo ato de concentração. O poder de mercado compensatório consiste na capacidade de redução do exercício de poder de mercado no mercado de insumos pelo exercício de poder de mercado da empresa originária do ato de concentração.

Entretanto, a mensuração das eficiências, tanto por estimativas quantitativas, quanto por avaliações qualitativas, é limitada. Junto a essa dificuldade há a de separar, *a priori*, as eficiências exclusivas do ato e as eficiências decorrentes da gestão ou estratégia da empresa¹⁶⁰.

A própria análise *a priori* é arbitrária, pois, como se analisa o ato de concentração antes dele ocorrer, as eficiências avaliadas são tidas por estimações. Deste modo, o tempo

¹⁶⁰ BARBOSA, 2004, p. 83.

real, ou seja, os fatores desconhecidos e desconhecíveis, porém relevantes, no horizonte temporal da análise são desconsiderados¹⁶¹.

6.1.5 Avaliação dos efeitos líquidos dos atos

As Secretarias buscam fundamentar a avaliação sobre os efeitos líquidos do ato de concentração por meio de estimativas quantitativas. Se as estimativas quantitativas não estiverem disponíveis ou não forem realizáveis, o parecer deve se dar sobre uma avaliação qualitativa dos efeitos.

Conforme o art. 54, §1º, II, da lei antitruste, se “os benefícios decorrentes sejam distribuídos equitativamente entre os seus participantes, de um lado, e os consumidores ou usuários finais, de outro” o ato de concentração poderá ser aprovado. Assim, mesmo que as agências antitruste julguem o ato seja de grande importância para a economia nacional e do bem comum, deve-se vetar a aprovação caso seja constada a possibilidade de prejuízo aos consumidores ou usuários finais. Desta forma, em casos particulares, as Secretarias buscarão analisar se os efeitos decorrentes do ato se transformaram em benefícios ao consumidor ou usuário final em um período de tempo razoável:

Para que um ato que implique controle de parcela substancial de mercado (Etapa II) em um mercado em que existam condições de exercício de poder de mercado (Etapa III) seja aprovado com base nas eficiências que gera (Etapa IV), é necessário que o efeito líquido da operação sobre o bem-estar econômico da sociedade seja não-negativo, e que sejam observados os limites estritamente necessários para atingir os objetivos visados (art. 54, §1º, IV). (BRASIL, 2001, p. 18).

A função do controle das concentrações no mercado é analisar os efeitos econômicos dos atos de concentração, impedindo à realização dos atos que gerem prejuízos a eficiência econômica e ao bem-estar social. Considerando isto, a SEAE e a SDE poderão fazer três tipos de recomendações:

¹⁶¹ Apêndice D. No caso AmBev, por tratarem-se de dados confidenciais não há como fazer uma análise crítica mais profunda; a eficiência aceita pela Secretaria é o percentual de redução de custos. Considerar um percentual, e ainda, considerar apenas redução nos custos como eficiências é uma míope visão de mercado; pois podem ocorrer outros ganhos devido à fusão, que não há como avaliar previamente. No caso Garoto-Nestlé, foi utilizada uma simulação para avaliar as possíveis eficiências. Para tal simulação, a Secretaria considerou, a *priori*, que haverá um aumento de 5%, 10% ou 15% de preços, em relação aos vigentes. Na “melhor” situação, o aumento menor de preços, mensurou-se o aumento de bem-estar em valores monetários, e nos outros casos, houve redução do bem estar, também em valores monetário. Há três problemas neste caso, o primeiro que não tem como se presumir que haverá aumento de preços; o segundo, que não há como mensurar bem-estar social, no item 6.2 será melhor tratado este assunto e o terceiro, que não há como mensurar algo tão subjetivo, como bem-estar, em termos monetários.

- i) aprovar o ato de concentração quando este não diminuir a eficiência econômica e o bem-estar social – dos consumidores e usuários finais;
- ii) aprovar o ato com restrições, evitando que o ato diminuía a eficiência econômica e o bem-estar social; e
- iii) reprovando o ato de concentração, quando não as alternativas (i) e (ii) não forem possíveis.

Quanto às restrições, as Secretarias buscarão adotar medidas estruturais, criando condições para a solidificação de um ambiente competitivo. As medidas estruturais visam reconstituir a concorrência, acabando com a necessidade futura de controles. Por elas darem-se pela alienação de ativos de empresas¹⁶², como a venda de marcas, fábricas ou quebra de patentes, por exemplo.

Ao definir o efeito líquido outra arbitrariedade ocorre. Simplesmente não há como saber o efeito líquido pelo simples fato da impossibilidade de medição do bem-estar econômico e social, pois seria uma soma de subjetividades, se assim puder ser definido. Como então é possível calcular um efeito líquido, no qual a base de comparação é o bem estar econômico e social, sem incorrer em arbitrariedades? Em um livre mercado, mesmo que o ato de concentração deixe apenas uma empresa no setor, este fato por si só não prejudicará os consumidores. Se houver “abuso da posição dominante”, como aumento de preços ou restrição da oferta, novas empresas adentrarão no setor na busca de vantajosas oportunidades de lucro¹⁶³.

¹⁶² Quando as medidas estruturais envolverem alienação de ativos das empresas, as Secretarias fazem algumas recomendações para que estas medidas surtam o efeito desejado. São elas: (i) alienação deve envolver todos os ativos relacionados a um determinado negócio, de sorte a garantir sua viabilidade econômica; (ii) estabelecimento do menor prazo possível para que as requerentes cumpram com a obrigação de alienação; e (iii) evitar que a aquisição seja feita por empresas/pessoas que não sejam ou que não tenham condições de se tornarem competidores efetivos nos mercados relevantes onde houve a redução da concorrência.

¹⁶³ Apêndice D. A SEAE recomendou que a fusão que gerou a AmBev fosse aprovada com restrições. A restrição seria a venda de uma das marcas da Antarctica, a Skol. Este fato reflete a invasão à propriedade privada; pois condicionar a fusão de duas empresas à alienação de uma de suas marcas, fere a livre iniciativa dos indivíduos. Além do mais, presume, de antemão, que os consumidores estarão com seu bem-estar garantido, desconsiderando as preferências subjetivas destes consumidores. O caso Garoto Nestlé representa uma maior agressão à propriedade privada. A SEAE, em vistas da dificuldade de estabelecer a diferenciação de produtos, e deixou o caso em aberto. O CADE decidiu, então, a não aprovação da aquisição da Garoto pela Nestlé, desconsiderando a nota técnica que afirmara a homogeneidade dos produtos e, desta forma, que o exercício de poder de mercado não era provável. O CADE concluiu que as eficiências geradas pelo ato eram insuficientes para compensar dano à concorrência e garantir a não redução do bem-estar do consumidor. Outro ato arbitrário das agências antitruste.

6.2 Regulação dos atos de concentração horizontal: uma crítica final

Como já visto neste trabalho, questões postas como, “o porquê” das agências reguladoras das leis antitruste monitorarem o mercado e a obrigatoriedade da submissão dos atos de concentração que apresentam uma série de características previamente definidas, à avaliação destas, ou, resumidamente, a regulação governamental, são baseadas em conceitos enviesado de concorrência, práticas anticompetitivas, eficiência e bem-estar:

A regulação, em uma visão mais restritiva, visaria exclusivamente garantir o equilíbrio do mercado, coibindo práticas distorcidas dos agentes econômicos. Isto é, a regulação teria o objetivo de corrigir as falhas de mercado, assegurando o equilíbrio interno do sistema regulado. (CAMPOS, 2008, p. 344).

Ao analisar os conceitos definidos pelo Guia, vê-se como a política antitruste tem sido frequentemente associada à visão de competição perfeita, inseparável do conceito de equilíbrio. Esta incapacidade de entendimento do que é concorrência e por consequência a livre concorrência e o monopólio, levam a conclusões inevitavelmente deturpadas:

Perfect competition theory is both illogical and irrelevant. Moreover, it simply assumes conditions to exist which necessarily result in an equilibrium. [...] If perfect competition is illogical and irrelevant, then market structures, or market structure changes, reveal nothing a priori concerning competition or welfare. (ARMENTANO, 1999, p. 32-33).

A livre concorrência significa não entrave aos concorrentes, ou seja, que os setores da economia devem estar legalmente abertos para que “qualquer indivíduo ou empresa possam se aventurar nele com o intuito de ofertar bens e serviços aos seus potenciais consumidores, os quais devem também ser livres para optar pelo consumo destes bens e serviços.”¹⁶⁴.

Como já visto, o monopólio não significa que há apenas uma empresa produzindo em determinado setor com o controle sobre os preços, mas sim que neste setor há restrições à entrada de outras empresas, impedindo a competição. Neste caso sim, não há livre concorrência. A concorrência sempre é livre, contudo, restrições à entrada não ocorrem espontaneamente no mercado, a não se que o governo conceda privilégios legais:

Violações dessa liberdade de entrada ocorrem quando o governo exclui forçosamente do mercado exatamente aqueles indivíduos e empresas que estariam nesse mercado caso não houvesse tal regulamentação. Qualquer decisão governamental que visa a impedir uma fusão é uma decisão para excluir forçosamente do mercado — ou de parte dele — uma empresa que de outra forma estaria nele. É uma decisão que viola a liberdade de concorrência daquela empresa, monopolizando o mercado contra ela. (ROQUE, 2010).

¹⁶⁴ ROQUE, 2010.

Assim sendo, o monopólio, uma “falha de mercado”, decorre do conceito errôneo do que se considera eficiência e ineficiência em um mercado. As “falhas de mercado” são tidas como situações que não se encaixam no equilíbrio de concorrência perfeita; dessa forma vê-se a arbitrariedade contida na análise das falhas de mercado.

Em primeiro lugar, como o conceito de eficiência estática – da teoria neoclássica e usado na análise das agências antitruste – disserta sobre a alocação dos recursos com máxima eficiência, nele não existem desperdícios. Já no enfoque da EA, a eficiência dinâmica, o empreendedor buscar fazer o melhor possível, dentro do seu conhecimento, limitado; desta forma os desperdícios são inevitáveis. Estes desajustes ocorrem em função da ação empresarial, que ao mesmo tempo em que estimula a coordenação, provoca nos desajustes, tornando a chamada ineficiência por parte dos neoclássicos, inevitável e circunstancial ao mercado. “Business competition [...] is always a process in which entrepreneurs, with imperfect information, attempt to make adjustments in market conditions such that a closer coordination between supply and demand plans is achieved.”¹⁶⁵. Na cataláxia, “[...] a competição é sempre restringida pela inexorável escassez dos bens e serviços econômicos.”¹⁶⁶. Esta limitação da competição abre espaço para a aprendizagem, sistematizada pela ação empresarial, caracterizando o processo dinâmico.

Em segundo lugar, a atemporalidade com que se considera o mercado deturpa a análise deste. Causa e efeito não participam do mesmo instante de tempo. O futuro passa a ser o período no qual apenas se desenvolvem as decisões tomadas no presente, nada ocorreu antes, muito menos houveram acontecimento entre o período presente e o futuro. A EA, porém, considera em sua teoria de mercado o tempo real no qual a ação humana se desenvolve com incerteza genuína. Desta forma, o futuro não é determinístico.

Com todos estes fatores, torna-se claro que a economia de mercado passa ser entendida como a melhor forma de se resolver situações de descoordenação social. Na economia de mercado pressupõe-se¹⁶⁷: (i) a propriedade privada – controle dos meios de produção e, desta forma, troca de bens e serviços no mercado –; (ii) a divisão do trabalho; (iii) a não obstrução do funcionamento de mercado por fatores institucionais; (iv) que o governo, o aparato social de compulsão e coerção, pretenda preservar a propriedade privada, ou seja, abster-se de impedir o funcionamento do sistema de mercado; (v) o mercado é livre – sem interferências de fatores externos ao mercado nos preços, nos salários e nos juros.

¹⁶⁵ ARMENTANO, 1999, p. 32-33.

¹⁶⁶ MISES, 2010, p. 334.

¹⁶⁷ Ibid., p. 293.

O conceito de propriedade, assim como o conceito de outras instituições, é um conceito em aberto, e, por tanto, pode ser desenvolvido por um processo de tentativa e erro, no qual o indivíduo vai aprendendo a definir os limites que separam as diferentes esferas de atuação individual¹⁶⁸. “La extensión y refinamiento del derecho de propiedad tuvo lugar [...] de manera gradual, no habiéndose alcanzado aún hoy los estadios finales.”¹⁶⁹. O conceito de propriedade, desde suas origens, está unido ao conceito de posse, mais especificamente aos seus utensílios pessoais e posse material. Posteriormente, a ideia de “posse do que se tem” foi:

Extendiendo y regulando a través de normas jurídicas que la fueran configurando y limitando, pasando paulatinamente de la simple idea de tenencia material a la posesión de hecho, posesión de derecho, y finalmente a la de propiedad (que se fue desarrollando paralelamente junto con todos los demás derechos reales y sus límites). (MESEGUER, 2009, p. 256).

A partir do momento que o direito de propriedade privada passou a ser respeitado por toda a sociedade, o indivíduo tem o poder de dispor, de gerenciar, de trocar e de vender, os bens de seu domínio. Deve-se ressaltar, desta forma, que não pode haver justiça sem haver propriedade privada¹⁷⁰. Dado que o conceito de propriedade privada tem origem na posse, a invasão ou a violação do direito de propriedade são consideradas injustas. Então, propriedade privada e liberdade individual são conceitos inseparáveis.

Liberdade individual é a “ausência de coerção ou constrangimento imposto por outrem.”¹⁷¹⁻¹⁷². Isto significa que o indivíduo é livre para escolher seus objetivos e os meios para atingir tais objetivos, dentro de um campo de ação. Este campo de ação consiste na propriedade privada, delimitada por um conjunto de normas de justa conduta, ou seja, por leis, que preservam tal liberdade.

A liberdade individual é vital para a preservação da propriedade privada, assim como a preservação da propriedade privada consiste no respeito à liberdade individual. Para estes dois pressupostos da economia de mercado serem garantidos, o governo precisa exercer sua real função: “[...] ser um ente neutro, equidistante e voltado para proteger os direitos individuais básicos à vida, à liberdade e à propriedade.”¹⁷³.

Assim, os processos que ocorrem no livre mercado podem gerar os melhores resultados possíveis:

¹⁶⁸ MESEGUER, 2009, p. 255.

¹⁶⁹ HAYEK, 2000, p. 67.

¹⁷⁰ Ibid., p. 72.

¹⁷¹ IORIO, 1997, p. 27.

¹⁷² Para fins de esclarecimento “[...] *coerção* deve ser compreendida como qualquer invasão ou ameaça de invasão à uma *propriedade privada justa* [entende-se por propriedade privada justa a propriedade obtida por meio de trocas voluntárias, ou através da descoberta].” (CONSTANTINO, 2009, p. 109, grifo nosso).

¹⁷³ IORIO, op. cit., p. 44.

O livre mercado não é um arranjo que se resume a gerar lucros, produtividade e eficiência. O livre mercado não é apenas para gerar inovações e concorrência. O livre mercado diz respeito ao direito de indivíduos de tomarem decisões autônomas e de fazerem contratos voluntários, de buscarem uma vida que preencha seus sonhos, mesmo que tais sonhos não sejam aqueles aprovados pelos seus senhores governamentais. (ROCKWELL, 2011).

Desta forma, preservação da liberdade individual e consequente preservação da propriedade privada com o governo desempenhando o seu papel, em um livre mercado, fazem com que as ações dos indivíduos sejam mais eficientes e, desta forma, os processos de mercado se dirijam a uma maior coordenação.

No que tange o conceito de eficiência econômica, a EA atende este partindo do âmbito do indivíduo, em consonância com a praxeologia. A constatação da eficiência se dá conforme o sucesso¹⁷⁴ ou fracasso da ação pretendida em plano individual. “A eficiência deve ser vista em termos do comportamento proposital dos indivíduos; mais especificamente, se esse comportamento é consistente com a realização dos propósitos e objetivos buscados.”¹⁷⁵. Deste modo, ação eficiente seria escolher os melhores meios conhecidos para atingir um fim.

Uma observação importante faz-se necessária: não importa, para a análise em questão, a natureza específica dos fins almejados, pois se considera estes fins como já determinados, já que a valoração e as preferências são subjetivas dos indivíduos; a eficiência em análise não é a dos fins, mas a dos meios utilizados. Esta observação é necessária, pelo fato de que para os neoclássicos a eficiência é a alocação ótima de recursos, ou seja, a análise se dá sobre os objetivos, sobre o fim pretendido¹⁷⁶. Isto se dá da mesma forma que a análise de mercado para a EA dá-se sobre os processos de mercado. O importante são os meios utilizados para atingir certos fins. A análise neoclássica de mercado prende-se a análise do estado de equilíbrio, ao fim.

O indivíduo não é onisciente. O conhecimento é limitado, não há como saber todos os meios disponíveis para atingir determinado objetivo. O quanto à ação do indivíduo será eficiente, dependerá da quantidade de conhecimento que este indivíduo possui. Dado que a ação é eficiente se alcançar o fim pretendido, o conhecimento quanto à escolha dos meios determinará se a ação é ou não eficiente. Se o indivíduo, com o conhecimento que detém, escolher o melhor meio para atingir seu objetivo, a ação foi eficiente.

O conceito de eficiência social decorre do conceito de eficiência individual. Os meios utilizados pelos indivíduos na busca por seus objetivos são os mesmos usados pela sociedade.

¹⁷⁴ Sucesso é aqui entendido do ponto de vista do indivíduo, que é subjetivo.

¹⁷⁵ CORDATO, 2011.

¹⁷⁶ Ibid.

A sociedade não é um corpo autônomo¹⁷⁷. Desta forma, a eficiência em uma sociedade expressa à eficiência com a qual esta sociedade permite que seus membros atinjam individualmente seus objetivos¹⁷⁸:

Dado esse conceito de eficiência social, é fácil entender por que os austríacos [teóricos da EA] geralmente concordam que um livre mercado seja o sistema mais eficiente. Com sua ênfase na cooperação voluntária, a economia de mercado garante que cada indivíduo possa buscar seus objetivos da maneira mais eficiente possível, considerando-se seu conhecimento da situação. (CORDATO, 2011).

Do mesmo modo da eficiência individual, a eficiência do mercado também dependerá do conhecimento individual. “Em uma economia de mercado, é a natureza mutuamente benéfica das trocas voluntárias que permite que todos os indivíduos simultaneamente busquem realizar seus objetivos.”¹⁷⁹. Na sociedade, o conhecimento também é fundamental para a obtenção da eficiência. Este conhecimento se reflete na coordenação das trocas, pois é preciso saber quais as oportunidades de trocas estão a disposição para poder coordená-las. Desta forma, só haverá perfeita eficiência no mercado quando todos os indivíduos tiverem perfeito conhecimento no que tange as oportunidades de trocas, não há escassez nem excedente. Como já evidenciado, não há como atingir o perfeito conhecimento, o conhecimento está disperso, é tácito e intangível. Fazem parte do processo de mercado os planos descoordenados e por consequência, ineficiências surgem. A atividade empresarial utiliza as informações disponíveis e assim diminuem a descoordenação do mercado, tornando o uso dos recursos mais eficiente, porém não perfeitamente eficientes¹⁸⁰.

Em um livre mercado as ineficiências são corrigidas naturalmente pelo processo de mercado. Assim, destaca-se mais uma vez a importância da liberdade individual para escolher seus meios:

[...] a liberdade inclui também a liberdade de errar. Como o conhecimento é limitado e as preferências são subjetivas, somente a ausência de coerção permite o eterno aprendizado e progresso humano. A razão humana não pode prever ou

¹⁷⁷ “The limitations surrounding this use of the term ‘economic problem’ arise from the fact that society is made up of numerous individuals. Each individual can be viewed as independently selecting his goal program. And in a market economy especially, each individual adopts his own courses of action to achieve his goals. It is therefore unrealistic to speak of society as a single unit seeking to allocate resources in order to faithfully reflect ‘its’ given hierarchy of goals. Society has no single mind where the goals of different individuals can be ranked on a single scale.” (KIRZNER, 2007, p.35).

¹⁷⁸ Ibid., p. 35.

¹⁷⁹ CORDATO, 2011.

¹⁸⁰ Mises utiliza um célebre exemplo das ferrovias nos EUA sobre concentração de mercado: “Cerca de sessenta anos atrás, as pessoas costumavam dizer: ninguém pode competir com as companhias de estrada de ferro; é impossível concorrer com elas, abrindo novas linhas; no campo do transporte terrestre não existe mais competição. A verdade é que, àquela época, as linhas já existentes, em termos gerais, eram suficientes. Para investimentos adicionais de capital, as perspectivas eram mais favoráveis no melhoramento das linhas existentes ou em outros ramos de negócio do que na construção de novas linhas. Entretanto, isto não interferiu no progresso tecnológico dos meios de transporte. O tamanho e o “poder” econômico das companhias de estrada de ferro não impediram o surgimento do automóvel e do avião.” (MISES, 2010, p. 334-335 passim).

deliberadamente desenhar seu próprio futuro. O avanço consiste na descoberta do que fizemos de errado. Uma grande restrição à liberdade individual reduz a quantidade de inovações e a taxa de progresso da sociedade. Não temos como saber anteriormente quem irá inventar o que. O conhecimento é disperso e também evolui. Nenhum ente é capaz de reunir algo perto da totalidade do conhecimento existente e, ainda assim, este está sempre aumentando. Somente a redução drástica da coerção estatal pode garantir a evolução do conhecimento humano e o consequente progresso. Quanto mais o estado planeja as coisas, mais difícil o planejamento fica para os indivíduos. (CONSTANTINO, 2009, p. 59).

“Embora um mercado jamais possa atingir a eficiência perfeita, as forças corretivas que surgem do próprio mecanismo de mercado irão torná-lo o mais eficiente possível.”¹⁸¹. Desta forma, para a EA, a noção neoclássica de falhas de mercado, que justifica a intervenção governamental, não é aceita como plausível.

O fato de todos os recursos não serem alocados do modo mais eficiente não é considerado, pela EA, uma “falha”, mas sim, uma ocorrência normal de um mercado onde o conhecimento não é perfeito e transforma-se constantemente. Os desajustes, portanto, são normais no mercado, fazem parte da incerteza genuína inerente à ação humana. Considerando este fato, a EA vê a eficiência no sentido dinâmico, considerando-a como a alocação dos meios da melhor forma possível, eliminando o máximo possível dos desperdício com o conhecimento presente. Surge então a atividade empresarial, a “personificação” da eficiência dinâmica, pois é a ação empresarial que com sua serendipidade e perspicácia elimina o máximo possível dos desajustes, diminuindo a descoordenação na economia.

A atividade empresarial consiste em várias entidades que competem e cooperam entre si, atuando nas oportunidades geradas nos desajustes do mercado. Competem no sentido de serem as mais eficientes no atendimento de uma demanda dos consumidores, daí advém todo o significado de concorrência.

Assim, concorrência é, em sua essência, rivalidade, e faz parte do processo concorrencial o surgimento de novas empresas, fusões, aquisições, parcerias, bem como falências. A concentração de mercado faz parte do processo competitivo e não é por si só prejudicial à concorrência. A concentração não significa automaticamente que existem barreiras à entrada, que se não houver controle, os consumidores sairão prejudicados, tal como é a visão neoclássica. Se em determinado setor da economia de livre mercado há concentração, é porque, até o momento, está sendo a melhor forma de produção e de consumo, ou seja, os consumidores estão elegendo livremente e premiando as empresas mais eficientes, obtendo em troca bens e serviços de menor preço e, ou, melhor qualidade. A concentração, então, não gera poder de mercado e o automático aumento de preços com

¹⁸¹ CORDATO, 2011.

redução da quantidade ofertada. A concorrência é eminente e, se caso a oferta estiver sendo restringida ou o preço estiver gerando lucros muito altos, concorrentes adentraram neste setor e produzirão a quantidade necessária a um preço mais atraente para os consumidores:

A entrada num determinado setor industrial é *virtualmente livre* aos recém-chegados, somente na medida em que os consumidores aprovelem a expansão desse setor, ou na medida em que os recém-chegados superem, por um atendimento melhor aos desejos do consumidor, os já estabelecidos. Investimento adicional só se justifica na medida em que satisfaça às mais urgentes necessidades dos consumidores, entre aquelas que ainda não foram atendidas. Se as instalações existentes são suficientes, seria desperdício investir mais capital na mesma indústria. *A estrutura de preços do mercado* induz os novos investidores a outros setores. (MISES, 2010, p. 334, grifo nosso).

O não entendimento destes conceitos provoca as lamentações sobre concentração de mercado, que provocam a regulação por agências antitruste. As leis antitruste estão fundamentadas na “concorrência perfeita”, na qual não há concorrência alguma:

Caso houvesse um genuíno conhecimento de como funciona um livre mercado, clamores contra fusões e aquisições perderiam todo o sentido. [...] Apenas uma livre concorrência, com um mercado sem barreiras à entrada impostas pelo governo, pode de fato trazer uma maior oferta de bens e serviços à "sociedade". (ROQUE, 2010).

Só existe concentração de mercado, em sua forma mais extrema, o monopólio, se houver barreiras legais à entrada de novos concorrentes. Por mais que hajam barreiras à entrada ligadas à escassez, como matéria-prima, estas barreiras fazem parte da cataláxia e podem ser solucionadas pela criatividade da ação empresarial.

As barreiras legais podem ser concessões de privilégios por parte do governo, leis que impedem determinados tipos de concorrência, tais quais as de preço máximo e mínimo, reajustes indexados – nos monopólios de serviços públicos –, restrição ou proibição de consumo de certos produtos, concessões de serviços públicos, etc. Assim, fica claro que o monopólio só é durável e prejudicial aos consumidores quando o aparato estatal o protege.

Quando o governo foge de sua principal função e interfere em outras instituições causa distorções na alocação eficiente dos recursos escassos da economia, impedindo o bom funcionamento do mercado. Este é o caso das leis antitruste. Contraditoriamente, “antitrust law, therefore, exists to protect the public interest from the power of free-market monopoly.”¹⁸². No entanto, em livre mercado os monopólios são raros e quando existem são eficientes, não havendo a necessidade de leis antitruste.

¹⁸² ARMENTANO, 1999, p. 22.

7 CONCLUSÃO

Este trabalho fez uma análise crítica à metodologia brasileira de análise de atos de concentração horizontal. A questão é se esta metodologia, fundamentada na teoria neoclássica, beneficia ou prejudica o mercado e a concorrência. Inicialmente analisaram-se as teorias de mercado da Escola Neoclássica e da Escola Austríaca, evidenciando as diferenças entre elas.

As divergências iniciam já nos pressupostos das teorias. A teoria neoclássica parte de um homem econômico racional, em uma estrutura com tempo newtoniano, com um modelo de referência de concorrência perfeita, na qual os agentes não conseguem influenciar preços, nem obter lucros econômicos. A teoria da EA, a cataláxia, parte de um indivíduo no tempo real, na qual está presente a incerteza genuína.

O conceito de utilidade marginal também difere entre as duas escolas. Para a EA a utilidade marginal refere-se ao valor subjetivo, cada indivíduo tem a sua escala que apresenta graus diferentes de satisfação e desconforto. Já para os neoclássicos, o conceito de utilidade marginal refere-se ao valor objetivo, incrementos ou supressões de quantidades e capacidades físicas.

Outro ponto a destacar, entre as teorias, é que para os neoclássicos tudo o que não couber ao modelo de referência é tido como “falha de mercado”, que tem a necessidade de intervenção governamental para corrigi-la, e então, voltar ao equilíbrio da concorrência perfeita. Na cataláxia não existe concorrência perfeita nem há equilíbrio. Os desajustes do mercado são considerados normais, dada a falta de conhecimento. O empresário, com sua serendipidade, tem o papel de diminuir os desajustes, levando o mercado em direção ao equilíbrio. Porém, não é possível alcançá-lo já que o mercado modifica-se constantemente, gerando outros desajustes, e assim por diante. Na EA, o sinônimo de concorrência é rivalidade. Desta forma, uma única empresa produzindo no mercado não gera prejuízos aos indivíduos, já que monopólios não são permanentes muito menos inatacáveis. Assim, a única forma de um monopólio se sustentar é quando há concessão de privilégios governamentais.

Outra divergência entre as EA e a Escola Neoclássica está no conceito de eficiência. Para os neoclássicos, o mercado é eficiente quando o equilíbrio é eficiente no sentido de Pareto, dada uma distribuição adequada de dotação inicial. Quando a eficiência não é obtida, há uma “falha de mercado” e o governo deve intervir. Em particular, neste trabalho, a “falha

de mercado” analisada foi a de poder de mercado, bem como as formas de intervenção para evitá-la e corrigi-la.

Para a EA, o mercado será eficiente na medida em que a criatividade e a função empresarial se desenvolvem livremente, corrigindo desajustes. A não alocação ótima dos recursos não significa ineficiência, é apenas um reflexo da incapacidade humana de sistematizar todas as informações existentes. Desta forma, não há “falhas de mercado”, muito menos estas devem ser corrigidas pelo governo.

Como forma de regular e defender a concorrência, corrigindo uma “falha de mercado”, as leis antitruste surgiram nos EUA e na Europa, e foram adaptadas pelo Brasil. Por serem fundamentadas na teoria de mercado da Escola Neoclássica, conclui-se que as leis antitruste e o sistema de regulação e defesa da concorrência prejudicam a livre concorrência e não a protegem; isto pois:

- i) O conceito de monopólio ou de poder de monopólio é equivocado. Não importa quantos concorrentes estão no mercado e sim se há livre entrada e saída. Somente quando há barreiras legais à entrada, ou seja, concessões de privilégios governamentais, que monopólios são constituídos;
- ii) O conceito de falhas de mercado origina-se de um conceito de eficiência irreal. Sempre haverá desajustes no mercado, e são estes que motivam as ações econômicas.

Tais constatações põem em dúvida a necessidade de existência de leis antitruste e agências reguladoras. Não há necessidade de regular e defender a concorrência.

Sob o ponto de vista da metodologia utilizada no Brasil, a forma de controlar os “efeitos nocivos” da concentração de mercado é submeter os atos de concentração horizontal à análise das agências antitruste. Esta análise tem por base o Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração, desenvolvida pela SEAE e pela SDE. Por apresentar uma metodologia basicamente neoclássica a análise dos atos de concentração também é enviesada. Além de considerar o conceito equivocado de monopólio e de eficiência, o Guia apresenta caráter essencialmente arbitrário. Em síntese, é uma análise estática que parte de princípios arbitrários para julgar se o efeito da concentração é positivo ou negativo. As agências antitruste em seus relatórios exercitam o ato de adivinhação. Não há como saber como o mercado irá se comportar depois do “ato de concentração”.

Diante dos argumentos dispostos durante o trabalho, torna-se claro que a metodologia usada para mensurar os impactos dos atos de concentração horizontal sobre o mercado não promove a concorrência – justificativa do propósito de sua existência –, mas sim a inibe. Assim, leis antitruste relativas aos atos de concentração horizontal, bem como os órgãos

administrativos que dela derivam para a sua realização, não cumprem o propósito de sua existência. Mais ainda, atuam de forma contrária. Somente no livre mercado atinge-se a melhor eficiência possível – eficiência é aqui entendida, mais uma vez, como eficiência dinâmica –; portanto, as leis antitruste e as agências reguladoras prejudicam o mercado e não são instrumentos cabíveis para promover a concorrência. Isso abre espaço ao questionamento da existência da regulação da concorrência em quaisquer outras modalidades, tornando-se um campo fértil para futuras investigações de caráter acadêmico.

Ao se introduzir uma forma diametral de análise da concorrência à do *mainstream*, instiga-se o surgimento de novas perspectivas que venham contribuir ao meio acadêmico. Regatando a epígrafe deste trabalho, de Ludwig von Mises: “somente as ideias podem superar ideias”.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, A. A. **A Análise Dinâmica dos Processos de Mercado: A Escola Austríaca face ao Paradigma Neoclássico.** Revista Portuguesa de Filosofia, n. 65, 2009, p. 303-319.

_____, A. A. **Equilíbrio, eficiência e processo de mercado.** 30 mar. 2009. Disponível em: <<http://www.ordemlivre.org/node/947>>. Acesso em: 18 jun. 2010.

ANVERSA, G. L. A. **A defesa da concorrência no Brasil: experiência histórica, fundamentos teóricos e a ação do Ministério Público Federal.** 2004. 138 f. Dissertação (Mestrado Profissionalizante – Economia Aplicada) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

ARMENTANO, D. **Antitrust and monopoly: Anatomy of a policy failure.** 2 ed. Oakland: The Independent Institute, 1999.

BARBIERI, F. **O processo de mercado na Escola Austríaca Moderna.** 2001. 188 p. Dissertação (Mestrado em Economia). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BARBOSA, C. **Investigação econômica sobre o sistema brasileiro de defesa da concorrência.** 2006. 205 f. Tese (Doutorado – Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, 2006.

BESANKO, A.; BRAEUTIGAM, R. **Microeconomia: uma abordagem completa.** Rio de Janeiro: E. LTC, 2004.

BEZERRA, T. **Eficiência de mercado.** 15 out. 2009. Disponível em: <<http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=421>>. Acesso em: 25 mar. 2010.

BRAGA, H. C.; MASCOLO, J. L. **Mensuração da concentração industrial no Brasil.** Rio de Janeiro: Pesquisa de Planejamento Econômico, v. 12, n. 2, p. 399-454, ago. 1982.

BRANDA, D. C. **Mercado e sociedade são a mesma coisa?** 31 mar. 2011. Disponível em: <<http://mises.org.br/Article.aspx?id=945>>. Acesso em: 31 mar. 2011.

BRASIL. Constituição (1934). **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil**: promulgada em 16 de julho de 1934. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Constituicao34.htm>. Acesso em: 3 abr. 2011.

_____. Decreto-Lei n. 869 de 18 de novembro de 1938. Define os crimes contra a economia popular, sua guarda e seu emprego. **Coleção de Leis da República**. Rio de Janeiro, v. 4, p.169 out. a dez. 1938. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/internet/infdoc/novoconteudo/legislacao/republica/LeisOcerizadas/Leis1938v4.pdf>>. Acesso em: 3 abr. 2011.

_____. Decreto-Lei n. 7.666 de 22 de junho de 1945. Decreta atos contrários a economia nacional. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 22 jun.1945. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/internet/infdoc/novoconteudo/legislacao/republica/LeisOcerizadas/Leis1938v4.pdf>>. Acesso em: 3 abr. de 2011.

_____. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988: atualizada até a Emenda Constitucional n. 66, de 13 jul. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 3 abr. 2011.

_____. Lei n. 8.884, de 11 de junho de 1994. Dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 13 jun.1994. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L8884.htm>>. Acesso em: 3 abr. 2011.

_____. Lei n. 9.021, de 30 de março de 1995. Dispõe sobre a implantação da autarquia Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE, criada pela Lei nº 8.884, de 11 junho de 1994, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 30 mar. 1995. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/legin/fed/lei/1995/lei-9021-30-marco-1995-372373-norma-pl.html>>. Acesso em: 3 abr. 2011.

_____. Medida Provisória n. 1.488-17, de 31 de outubro de 1996. Dispõe sobre medidas complementares ao Plano Real e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 01 nov. 1996. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/legin/fed/medpro/1996/medidaprovisoria-1488-17-31-outubro-1996-359839-norma-pe.html>>. Acesso em: 3 abr. 2011.

_____. Ministério da Fazenda. Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE; Ministério da Justiça. Secretaria de Direito Econômico. **Guia para análise econômica de atos de concentração horizontal**. 2001. Disponível em: <www.seae.fazenda.gov.br/central.../guias/portconjseae-sde.pdf>. Acesso em: 12 out. 2010.

_____. Ministério da Fazenda. Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE. **Ato de concentração n. 08012.005846/1999-12**. Brasília, 11 nov. 1999. Disponível em: <www.seae.fazenda.gov.br/central_documentos/notas.../parecer_ambev.pdf>. Acesso em: 10 maio 2011.

_____. Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência – CADE. **Acórdão ato de concentração n. 08012.005846/1999-12**. Brasília: 30 mar. 2000. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000411101717.pdf>. Acesso em: 10 maio 2011.

_____. Ministério da Fazenda. Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE. **Ato de concentração n. 08012.001697/2002-89**. Brasília, 11 nov. 2002. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000243891110.pdf>. Acesso em: 10 maio 2011.

_____. Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência – CADE. **Acórdão ato de concentração n. 08012.001697/2002-89**. Brasília: 4 fev. 2004. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000301611905.pdf>. Acesso em: 10 maio 2011.

_____. Ministério da Fazenda. Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE. **Relatório Anual de atividades 2010**. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.seae.fazenda.gov.br/conheca_seae/relatorios_atividades>. Acesso em: 4 abr. 2011.

BRAUN, C. R. **A pesar del gobierno**. Madrid: Unión Editorial, S.A. 1999.

CALZADA, G. **Competencia y monopolio**. 28-30 set. 2006. Disponível em: <<http://www.liberalismo.org/articulo/412/12/competencia/monopolio/>>. Acesso em: 02 nov. 2010.

CAMPOS, U. A. de. **Falhas de mercado e falhas de governo: uma revisão da literatura sobre regulação econômica**. Brasília, DF: Dir., Pol. Publ. e Mundial, v. 5, n. 2, p. 341-370, jul./dez. 2008. Disponível em: <<http://www.regulacao.gov.br/publicacoes/artigos/prismas-regulacao-economica>>. Acesso em: 02 abr. 2011.

CARVALHO, L. A. de; DAOU, G. **Manual de direito da concorrência**. São Paulo: IOB Thomson, 2005.

CONSIDERA, C. M. **Uma breve história da defesa da concorrência**. Textos para Discussão (178): Universidade Federal Fluminense/Faculdade de Economia, out. 2005. Disponível em: <www.uff.br/econ/download/tds/UFF_TD178.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2011.

CONTANTINO, R. **Economia do indivíduo**: o legado da escola. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2009.

CORDATO, R. **A teoria austríaca da eficiência e do papel do governo**. 28 fev. 2011. Disponível em: <www.mises.org.br/Article.aspx?id=917>. Acesso em 15 mar. 2011.

COSTA, F. **Comportamento dos investidores**: do *homo economicus* ao *homo pragmaticus*. Textos para discussão, Campinas, n. 165, ago. 2009. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/docdownload/publicacoes/textosdiscussao/texto165.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2010.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

GONZALEZ, F. **Como a eficiência é obtida?** 13 ago. 2008. Disponível em: <<http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=134>>. Acesso em: 18 mar. 2010.

HAYEK, F. Introdução. 1934. In: MENGER, C. **Princípios de Economia Política**. Tradução de Luiz João Baraúna. São Paulo: Abril Cultural, 1986, p. 2-21.

_____. **La fatal arrogancia**. 3 ed. Madrid: Unión Editorial, S.A, 2010.

HUERTA de SOTO, J. **Estudios de economía política**. 2. ed. Madrid: Unión Editorial, S.A., 2004a.

_____. **La teoría de la eficiencia dinámica**. Procesos de Mercado: Revista Europea de Economía Política, n.1, 2004b, p. 11-71.

_____. **Escola Austríaca**. 2 ed. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010a.

_____. **Socialismo, cálculo econômico y función empresarial**. 4 ed. Madrid: Unión Editorial, S.A., 2010b.

HUNT, E. **História do Pensamento Econômico**. Tradução de José Ricardo Brandão Azevedo. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1981.

IORIO, U. J. **Economia e Liberdade**: a Escola Austríaca e a economia brasileira. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

_____. **Ação, tempo e conhecimento**: a Escola Austríaca de economia. 23 abr. 2011. Disponível em: <<http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=959>>. Acesso em: 24 abr. 2011.

_____. **“Falhas de mercado” versus Falhas de Governo**. Artigos Acadêmicos, ago. 2008. Disponível em: <www.ubirataniorio.org/falhas.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2011.

KIRZNER, I. **A lei da oferta e da demanda**. 22 mar. 2010. Disponível em: <<http://www.ordemlivre.org/textos/940>>. Acesso em: 2 mai. 2010.

_____. **Competição e atividade empresarial**. Tradução de Ana Maria Sarda. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1986.

_____. **Equilíbrio econômico versus processo de mercado**. 16 mai. 2009. Disponível em: <<http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=288>>. Acesso em: 8 mar. 2010.

_____. **Market Theory and the Price System**. Nova Iorque: Ludwig von Mises Institute, 2007.

LOSEKANN, L.; GUTIERREZ, M. Diferenciação de produtos. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. p. 91-108.

MAS-COLELL, A.; WHINSTON, M. D.; GALEN, J. R. **Microeconomic theory**. New York: Oxford University Press, Inc, 1995.

MELLO, M. T. L. Defesa da Concorrência. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. p. 485-514.

MELO, L. M. de. Modelos tradicionais de concorrência. . In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. p. 3-22.

MENGER, C. **Princípios de Economia Política**. Tradução de Luiz João Baraúna. São Paulo: Abril Cultural, 1986.

MESEGUER, C. M. **La teoría evolutiva de las instituciones**: la perspectiva austriaca. 2 ed. Madrid: Unión Editorial, S.A., 2009.

MISES, L. von. **Ação Humana**: um tratado de economia. Tradução de Donald Stewart Jr. 4 ed. São Paulo: Instituto Ludwig Von Mises Brasil, 2010.

_____. **As seis lições**. Tradução de Maria Luiza Borges. 7 ed. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2009.

_____. **Theory and History**: an interpretation of social and economic evolution. 2 ed. Auburn: Ludwig von Mises Institute. 2007.

ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. **Lei e política da concorrência no Brasil**: uma revisão pelos pares. 2010. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/services/.../FileDownload.EZTSvc.asp?>>. Acesso em: 5 mar. 2011.

PAULA, J. A. de. **Walras no Journal Des 'Economistes**: 1860-65. Rio de Janeiro: Revista Brasileira de Economia, v.56, n.1, p. 121-146, jan.-mar. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbe/v56n1/a05v56n1.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2011.

PINDYCK, R.; RUBINFELD, D. **Microeconomia**. Tradução: Eleutério Prado. 7. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2010.

POLLEIT, T. **O apriorismo de Mises contra o relativismo na ciência econômica**. 26 mar. 2010. Disponível em: <<http://mises.org.br/Article.aspx?id=644>>. Acesso em: 28 maio 2011.

POSSAS, M. L. **O conceito de mercado relevante e de poder de mercado no âmbito da defesa da concorrência**. São Paulo: Revista IBRAC, v.1, n. 2, p. 14-30, 1996.

PRADO, L. C. D. **Desenvolvimento econômico, regulação econômica e defesa da concorrência**: reflexões sobre as novas formas de intervenção econômica em uma política de desenvolvimento. In: 32º Encontro Anual da ANPOCS, 2008, Caxambu. Anais... Caxambu: Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 2008.

RESENDE, M. **Medidas de concentração industrial**: uma resenha. Porto Alegre: Análise econômica, v. 11, n. 21, p. 24-33, mar./set. 1994.

RESENDE, M.; BOFF, H. Concentração Industrial. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. p. 73-90.

ROCKWELL., L. **A sociedade não precisa de dirigentes**. 8 jun. 2011. Disponível em: <<http://mises.org.br/Article.aspx?id=1005>>. Acesso em: 8 jun. 2011.

ROQUE, L. **Fusões, aquisições, concorrência perfeita e soberania do consumidor**. 19 ago. 2010. Disponível em: <www.mises.org.br/Article.aspx?id=757>. Acesso em: 26 ago. 2010.

ROTHBARD, M. N. **Man, Economy, and State with Power and Market**. 2. ed. Auburn: Ludwig von Mises Institute, Scholar's Edition, 2009.

SALGADO, L. H. **O Caso Kolynos-Colgate e a Introdução da Economia Antitruste na Experiência Brasileira**. In MATTOS, C. (Org.). **A Revolução do Antitruste no Brasil: A Teoria Econômica Aplicada a Casos Concretos**. São Paulo: Editora Singular, 2003. p. 29-66.

SAMPAIO, P. R. P.; PEREIRA NETO, C. M. S. (Org.). **Sistema brasileiro de defesa da concorrência**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. Disponível em: <www.fgvsp.br/institucional/biblioteca/pe/SP000404539.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2011.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Editado por George Allen e Unwin Ltd. Tradução de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura S.A., 1961.

SAMPAIO, P. R. P.; PEREIRA, C. M. da S. (Org.). **Direito econômico regulatório**. 1 ed. 1 v. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2008.

VANCONCELLOS, M.; PINHO, D. (Coord.). **Manual de Economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

VARIAN, H. R. **Microeconomia: conceitos básicos**. Tradução Maria José Cyhlar Monteiro e Ricardo Doninelli. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ZANELLA, A. **El uso de las matemáticas em la ciencia econômica**. *Procesos de Mercado: Revista Europea de Economía Política*, v.7, n. 1, 2010, p. 191 - 213.

ZANOTTI, G. **Nueva introducción a la Escuela Austríaca de Economía**. Instituto Acton Argentina. 2001. Disponível em:
<<http://www.institutoacton.com.ar/articulos/gzanotti/artzanotti20.pdf>>. Acesso em: 15 de junho de 2010.

Apêndice A – Equilíbrio e a Lei de Walras¹⁸³

Se considerarmos:

- i) $x_A^1(p_1, p_2)$ como a função demanda do agente A pelo bem 1 e $x_A^2(p_1, p_2)$ como a função demanda do agente A pelo bem 2;
- ii) $x_B^1(p_1, p_2)$ como a função demanda do agente B pelo bem 1 e $x_B^2(p_1, p_2)$ como a função demanda do agente B pelo bem 2;
- iii) (p_1^*, p_2^*) como o conjunto de preços de equilíbrio;

Tem-se que:

$$x_A^1(p_1^*, p_2^*) + x_B^1(p_1^*, p_2^*) = \omega_A^1 + \omega_B^1 \quad (1)$$

$$x_A^2(p_1^*, p_2^*) + x_B^2(p_1^*, p_2^*) = \omega_A^2 + \omega_B^2 \quad (2)$$

As equações (1) e (2) dizem que, em equilíbrio, a oferta deve ser igual a demanda.

Rearranjando as equações:

$$[x_A^1(p_1^*, p_2^*) - \omega_A^1] + [x_B^1(p_1^*, p_2^*) - \omega_B^1] = 0$$

$$[x_A^2(p_1^*, p_2^*) - \omega_A^2] + [x_B^2(p_1^*, p_2^*) - \omega_B^2] = 0$$

Escritas desta forma pode-se concluir que essas equações dizem que as demandas líquidas de cada agente, por cada bem, deve ser igual a zero. Ou seja, a quantidade que o agente A deseja demandar dos dois bens é zero e é a mesma quantidade que o agente B deseja demandar¹⁸⁴.

Podemos também, a partir das equações (1) e (2), definir a demanda excedente de cada agente por cada bem, isto quer dizer, a diferença entre que o agente deseja consumir de dado bem e o que ele inicialmente possuía antes das trocas:

$$e_A^1(p_1, p_2) = x_A^1(p_1, p_2) - \omega_A^1, \text{ demanda excedente do bem 1 pelo agente A;}$$

$$e_A^2(p_1, p_2) = x_A^2(p_1, p_2) - \omega_A^2, \text{ demanda excedente do bem 2 pelo agente A;}$$

$$e_B^1(p_1, p_2) = x_B^1(p_1, p_2) - \omega_B^1, \text{ demanda excedente do bem 1 pelo agente B;}$$

$$e_B^2(p_1, p_2) = x_B^2(p_1, p_2) - \omega_B^2, \text{ demanda excedente do bem 2 pelo agente B.}$$

Somando as demandas líquidas dos dois agentes pelo bem 1, tem-se a demanda líquida excedente agregada pelo bem 1:

$$z_1(p_1, p_2) = e_A^1(p_1, p_2) + e_B^1(p_1, p_2) \Rightarrow x_A^1(p_1, p_2) + x_B^1(p_1, p_2) - \omega_A^1 - \omega_B^1$$

De forma análoga temos a demanda líquida agregada para o bem 2:

¹⁸³ Baseado em VARIAN, 2006, p. 611-615 passim.

¹⁸⁴ Fica claro que a quantidade que se deseja demandar de um dos bens tem de ser negativa, ou seja, o agente deseja ofertar certa quantidade de um dos bens para comprar mais do outro. Neste caso também é zero.

$$z_2(p_1, p_2) = e_A^2(p_1, p_2) + e_B^2(p_1, p_2) \Rightarrow x_A^2(p_1, p_2) + x_B^2(p_1, p_2) - \omega_A^2 - \omega_B^2$$

O equilíbrio (p_1^*, p_2^*) segundo a afirmação de que a demanda excedente agregada é zero, para cada bem:

$$z_1(p_1^*, p_2^*) = 0$$

$$z_2(p_1^*, p_2^*) = 0$$

Com base no que vimos, a Lei de Walras estabelece que o valor da demanda excedente agregada é zero para todas as escolhas de preços possíveis, não só para os preços de equilíbrio – por isso o sinal é de identidade e não de igualdade:

$$p_1 z_1(p_1, p_2) + p_2 z_2(p_1, p_2) \equiv 0$$

Pode-se provar isto pela soma das restrições orçamentárias dos dois agentes:

$$p_1 x_A^1(p_1, p_2) + p_2 x_A^2(p_1, p_2) \equiv p_1 \omega_A^1 + p_2 \omega_A^2, \text{ reescrevendo,}$$

$$p_1 e_A^1(p_1, p_2) + p_2 e_A^2(p_1, p_2) \equiv 0$$

Ou seja, o valor da demanda líquida do agente A é zero.

Analogamente para o agente B:

$$p_1 e_B^1(p_1, p_2) + p_2 e_B^2(p_1, p_2) \equiv 0$$

Se fizermos a soma das equações de demanda líquida dos agentes e utilizarmos a definição de demanda agregada, $z_1(p_1, p_2)$ e $z_2(p_1, p_2)$:

$$p_1 [e_A^1(p_1, p_2) + e_B^1(p_1, p_2)] + p_2 [e_A^2(p_1, p_2) + e_B^2(p_1, p_2)] \equiv 0$$

$$\Rightarrow p_1 z_1(p_1, p_2) + p_2 z_2(p_1, p_2) \equiv 0$$

Assim, pode-se ver de onde vem a lei de Walras: o valor da função de demanda excedente agregada é igual a zero, para cada agente, então o valor da soma das demandas agregadas dos dois agentes também tem de ser zero.

Agora se pode demonstrar que se a demanda se igualar à oferta em um mercado, ela também deverá se igualar à oferta em outro mercado. Isto para todos os preços, dado que o agente tem que satisfazer sua restrição orçamentária para todos os preços. Com isso, a lei de Walras tem que valer para um conjunto de preços no qual a demanda excedente pelo bem 1 é zero:

$$z_1(p_1^*, p_2^*) = 0$$

Assim, tem que ser verdade também:

$$p_1 z_1(p_1^*, p_2^*) + p_2 z_2(p_1^*, p_2^*) = 0$$

Da mesma forma:

$$z_2(p_1^*, p_2^*) = 0$$

Isto quer dizer que, se há um conjunto de preços (p_1^*, p_2^*) no qual a demanda pelo bem 1 seja igual à oferta do bem 1, temos a garantia que a demanda pelo bem 2 será igual à oferta pelo bem 2, e vice-versa.

Podemos estender o conceito, assim, se houver mercado para k bens, precisar-se-á encontrar um conjunto de preços em que $k-1$ mercados estejam em equilíbrio e, assim, este mercado k estará também em equilíbrio. Esta é a Lei de Walras.

Apêndice B – Elasticidades

1. Elasticidades-Preço – visão do *mainstream*

A elasticidade mede quanto uma variável é afetada por outra; ou seja, mede a variação percentual de uma variável em resposta ao aumento de um ponto percentual em outra variável.¹⁸⁵

Sabe-se que a demanda por uma mercadoria depende do seu preço, da renda do consumidor e dos preços de outras mercadorias. Então, deseja-se saber quanto a demanda vai variar em reação a variação destas variáveis as quais ela depende.

A *elasticidade-preço da demanda* “é definida como a variação percentual na quantidade dividida pela variação percentual do preço.”¹⁸⁶ Isto quer dizer que a elasticidade-preço da demanda mede a variação, em percentual, da quantidade demandada de um bem, em decorrência do aumento de 1% do preço deste bem. Pode-se expressar a elasticidade-preço como:

$$\varepsilon_p = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} \Rightarrow \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} \Rightarrow \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

Na qual, Q representa quantidade demandada de um bem e P o preço deste bem; $\% \Delta Q$ significa “variação percentual da quantidade” e $\% \Delta P$ significa “variação percentual do preço”.

Geralmente o sinal desta elasticidade é negativo¹⁸⁷, pois quando o preço de um bem aumenta, a quantidade demandada cai – curva de demanda tem inclinação negativa –.

Para representar graficamente, temos que a curva de demanda linear é $Q = a - bP$ (Figura 16):

¹⁸⁵ PINDYCK, 2010, p. 31.

¹⁸⁶ VARIAN, 2006, p.289.

¹⁸⁷ Em geral, quando se faz referência ao valor da elasticidade, fala-se do resultado em módulo; porém, sabe-se que o valor é negativo.

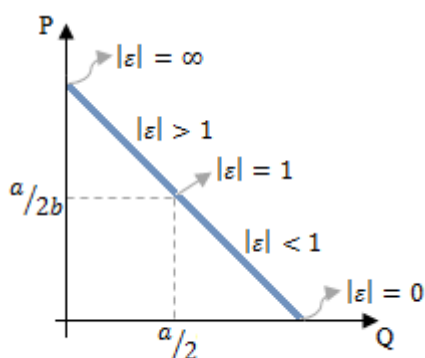


FIGURA16 – Elasticidade-preço da demanda em uma curva de demanda linear.

Fonte: Adaptado de VARIAN, 2006, p. 390. Elaboração própria.

Na fórmula da elasticidade $\varepsilon_p = \frac{-bP}{Q} = \frac{-bP}{a-bP}$. Desta forma, se:

- i) o preço for zero, a elasticidade vai ser zero;
- ii) a quantidade for zero, a elasticidade é infinita;
- iii) o preço for $a/2b$, o ponto médio da curva de demanda, a elasticidade será um.

Quando a elasticidade da demanda for maior que um, diz-se que ela é uma demanda elástica, ou seja, a quantidade da demanda é sensível a variação de preços – se o preço variar 1%, a quantidade demanda vai variar em mais de 1%. Quando a elasticidade for menor que um, a demanda é inelástica, pouco sensível a variação de preços – se o preço variar 1%, a quantidade demandada vai variar em menos de um %.

Na figura 17, pode-se ver os dois extremos da elasticidade:

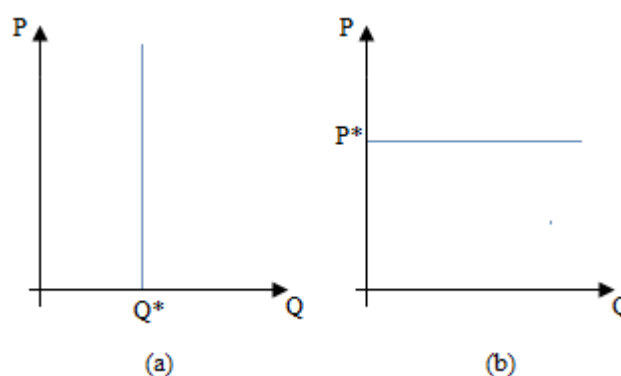


FIGURA17 – Demanda completamente inelástica e infinitamente elástica.

Fonte: Adaptado de PINDYCK, 2010, p. 33. Elaboração própria.

Em (a) a demanda é completamente inelástica, a curva de demanda é vertical, desta forma, independentemente do preço, a quantidade demanda é a mesma; a elasticidade-preço da demanda é zero. Já em (b) a demanda é infinitamente elástica, uma variação, pequena que seja, leva a uma grande variação da quantidade demanda; a elasticidade-preço da demanda é infinita.

A *elasticidade-preço da oferta* é semelhante à da demanda. Esta elasticidade “corresponde à variação percentual da quantidade ofertada em consequência do aumento de um ponto percentual no preço.”¹⁸⁸. Espera-se um valor positivo da elasticidade, já que o aumento dos preços estimula o aumento da produção e oferta.

Além da variação da quantidade demandada de um bem em função da variação do seu preço, é importante saber a variação da quantidade demandada em função dos preços de outros bens. Desta forma, a *elasticidade-preço cruzada da demanda* é expressa como:

$$\varepsilon_{Q_A, P_B} = \frac{\Delta Q_A / Q_A}{\Delta P_B / P_B} \Rightarrow \frac{P_B}{Q_A} \cdot \frac{\Delta Q_A}{\Delta P_B}$$

Na qual, Q_A é a quantidade do bem A e P_B é o preço do bem B. Assim a elasticidade-preço cruzada da demanda mede a variação na quantidade demandada do bem A em relação a variação do preço do bem B.

Se os bens A e B forem bens substitutos, o valor desta elasticidade será positivo, isto porque bens substitutos concorrem no mercado. Se aumentar o preço do bem B, a quantidade demanda do bem A aumentará, pois o bem A tornar-se-á relativamente mais barato que o bem B. No entanto, se os bens A e B forem bens complementares, o aumento no preço do bem B faz com que a quantidade demanda do bem A seja reduzida e a elasticidade, desta forma, será negativa.

2. Elasticidades – visão da EA¹⁸⁹

A curva de demanda pode ser também considerada uma curva de desembolso dos consumidores em todos os preços hipotéticos. Desta forma, podemos definir:

$$\text{despesa} = \text{preço} \cdot \text{quantidade demandada}$$

¹⁸⁸ PINDYCK, 2010, p. 33

¹⁸⁹ ROTHBARD, 2009, p. 126-130 passim.

Sabe-se que quando o preço diminui, a demanda aumenta ou permanece a mesma. Portanto, uma diminuição no preço tende a ser neutralizada por um aumento na quantidade. Desta maneira, conforme a evolução dos preços, ou seja, conforme cada intervalo, a despesa pode aumentar ou diminuir.

Para qualquer dois preços, pode-se comparar a despesa dos consumidores. Se uma queda de preços ocasionarem um maior gasto do que ao preço mais elevado, a curva de despesa é definida como elástica durante este intervalo. Já, se o preço menor gerar menor despesa que os preços mais elevados, a curva de despesa é inelástica ao longo deste intervalo. Caso a despesa seja igual para os dois casos, a elasticidade é unitária, ou seja, igual a um. Porém, não é necessário precisar a elasticidade, basta defini-la como elástica, inelástica ou neutra¹⁹⁰:

Alternatively, we may say that the former case is that of an elasticity greater than unity, the latter of an elasticity less than unity, and the case where the total outlay is the same for the two prices is one of unit elasticity, or elasticity equal to one. *Since numerical precision in the concept of elasticity is not important, we may simply use the terms “inelastic,” “elastic,” and (for the last case) “neutral.”* (ROTHBARD, 2009, p. 129, grifo nosso).

O conceito de elasticidade-preço da demanda é o que realmente importa. A elasticidade-preço da oferta não apresenta as variações de elasticidade tal qual a da demanda. A quantidade ofertada multiplicada pelo preço resulta no valor total da venda:

$$\text{valor total da venda} = \text{preço} \cdot \text{quantidade ofertada}$$

Deste modo, sempre que o preço aumentar o valor total da venda também irá aumentar. Analogamente, quando o preço cai, o valor total da venda também cai. Isto resulta em uma oferta sempre elástica, e o conceito não é importante¹⁹¹.

¹⁹⁰ “Some examples will clarify these concepts. Thus, suppose that we examine the total outlay schedule at prices of 96 and 95. At 96, the total outlay is 192 barrels; at 95, it is 285 barrels. The outlay is greater at the lower price, and hence the outlay schedule is elastic in this range. On the other hand, let us take the prices 95 and 94. At 94, the outlay is 282. Consequently, the schedule here is inelastic. It is evident that there is a simple geometrical device for deciding whether or not the demand curve is elastic or inelastic between two hypothetical prices: if the outlay curve is further to the right at the lower price, the demand curve is elastic; if further to the left, the latter is inelastic.” (ROTHBARD, 2009, p. 129).

¹⁹¹ “The attention of some writers to the elasticity of supply stems from an erroneous approach to the entire analysis of utility, supply, and demand. They assume that it is possible to treat human action in terms of “infinitely small” differences, and therefore to apply the mathematically elegant concepts of the calculus, etc., to economic problems. Such a treatment is fallacious and misleading, however, since human action must treat all matters only in terms of discrete steps. If, for example, the utility of X is so little smaller than the utility of Y that it can be regarded as identical or negligibly different, then human action will treat them as such, i.e., as the same good. Because it is conceptually impossible to measure utility, even the drawing of continuous utility curves is pernicious. In the supply and demand schedules, it is not harmful to draw continuous curves for the sake of clarity, but the mathematical concepts of continuity and the calculus are not applicable. As a result, the seemingly precise concept of “elasticity at a point” (percentage increase in demand divided by a “negligibly small” percentage decrease in price) is completely out of order. It is this mistaken substitution of mathematical elegance for the realities of human action that lends a seeming importance to the concept of “elasticity of supply,” comparable to the concept of elasticity of demand.” (Ibid., p. 130).

Além do equívoco de tratar a elasticidade da oferta igual a elasticidade da demanda é referi-las à “curva de demanda elástica/inelástica”, sem considerar que ao longo de curva há diferentes intervalos, no qual haverão diferentes graus de elasticidade ou inelasticidade. A mesma curva de demanda poderá apresentar diferentes elasticidades.

Apêndice C – Empreendedor “austríaco” vs. empresário schumpeteriano

A análise de Joseph A. Schumpeter marca claramente uma cisão com a Escola Neoclássica e com a Escola Austríaca. Durante sua formação acadêmica na Universidade de Viena no início do século XX, onde cursou direito, participou de seminários com Eugen von Böhm-Bawerk, além de ser contemporâneo de Ludwig von Mises. Contudo, Walras e a sua teoria do equilíbrio geral, influenciaram significativamente Schumpeter, deixando fortes marcas neoclássicas em sua teoria.

Schumpeter compartilhava das ideias de equilíbrio geral, porém, como o autor considerava a realidade dinâmica, com incertezas, perdas, comportamento do empresário, etc, formulou uma explicação teórica de mudança do sistema walrasiano. Contudo, o problema básico continuava inalterado, Schumpeter acreditava no equilíbrio a longo prazo. “For Schumpeter, general equilibrium had to be the overriding reality: the realistic starting point as well as the end point of his attempt to explain economic change.”¹⁹².

Alguns autores sustentam que Schumpeter foi mais influenciado por autores da EA do que por neoclássicos, porém, em seu primeiro livro¹⁹³, o autor faz uma apologia aos métodos matemáticos e ao equilíbrio geral walrasiano, no qual retratou os eventos econômicos como resultado de interações mecanicistas quantificadas em unidades físicas, e não como consequência da ação humana, abordagem da EA.

Schumpeter assim como os autores da EA, em especial Kirzner, tem uma visão diferenciada da competição tratada pela teoria dominante. A competição não se dá somente por preços em um sistema atomizado sem poder de mercado. Porém, para Schumpeter, a competição que importa no mercado é a competição pela inovação, pela descoberta, seja de mercadoria, tecnologia, fonte de provisão ou ao tipo organizacional. Já para a EA, tanto a competição por preços, como pela inovação constituem parte do processo dinâmico e empresarial do mercado.

Em ambos os autores, o protagonista do mercado é o empresário, que foi excluído da análise pelos Neoclássicos. No conceito schumpeteriano:

[...] a função do empresário é reformar ou revolucionar o sistema de produção através do uso de uma invenção ou, de maneira mais geral, de uma nova possibilidade tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou fabricação de uma antiga em forma moderna, através da abertura de novas fontes de suprimento de

¹⁹² ROTHBARD, 1987, p. 97.

¹⁹³ “Wesen und der Hauptinhalt der Theoretischen Nationaleconomie” de 1908, com tradução livre para o português de “A essência e conteúdo principal da Teoria Econômica”.

materiais, novos canais de distribuição, reorganização da indústria, e assim por diante. (SCHUMPETER, 1961, p. 166).

Este conceito é o mesmo utilizado por Kirzner. Percebe-se, desta forma, a identificação da função empresarial com o processo competitivo. Porém, a função empresarial tratada pelos autores remete a processos de mercado completamente diferentes:

Em ambos os conceitos, é o estado de alerta do empresário para oportunidades até então despercebidas que lhe possibilita afastar-se da rotina; é somente sob condições de desequilíbrio que seu papel emerge. Mas, para Schumpeter, a essência da atividade empresarial é a capacidade de afastar-se da rotina, de destruir estruturas existentes, de afastar o sistema do fluxo regular e circular do equilíbrio. Para nós, por outro lado, o elemento crucial na atividade empresarial é a capacidade de ver oportunidades inexploradas cuja existência prévia significava que a regularidade inicial do fluxo circular era ilusória - que, longe de estar em estado de equilíbrio, ela representava uma situação de desequilíbrio inevitavelmente destinada a ser perturbada. (KIRZNER, 1986, p. 93).

Schumpeter considera o mercado em um estado de equilíbrio, no qual a ação do empresário perturba o fluxo circular, gerando um desequilíbrio. Esta ação “[...] revoluciona incessantemente a estrutura econômica a partir de *dentro*, destruindo incessantemente o antigo e criando elementos novos.”¹⁹⁴. Este é o processo de destruição criadora, que, para Schumpeter, é o problema fundamental para compreender o capitalismo.

Para Schumpeter, o empresário é a força perturbadora e desequilibradora que tira o mercado da sonolência do equilíbrio; para nós, o empresário é a força equilibradora cuja atividade reage às tensões existentes e fornece as correções pelas quais as oportunidades inexploradas estão clamando. (KIRZNER, 1986, p. 93).

O processo de mercado, para Schumpeter, é iniciado pela atividade empresarial, ou seja, pela ação dos líderes, os inovadores, pioneiros. Estes geram lucros, desequilibrando o mercado. Esta perturbação temporária do equilíbrio leva a sociedade a um nível mais elevado do desenvolvimento, aumentando o bem-estar econômico. O novo equilíbrio dá-se pela ação dos imitadores, que levam a economia ao estado de repouso. “Sua atividade, a de restaurar o fluxo circular e regular, não é empresarial; eles [os imitadores] são os prosaicos que, uma vez que aprenderam a imitar os líderes, caem numa nova rotina de lucro zero.”¹⁹⁵:

[...] in the Austrian view the entrepreneur is the main bearer of uncertainty in the real world, and successful entrepreneurs reap profits by bringing resources, costs, and prices further in the direction of equilibrium. But Schumpeter starts, not in the real world, but in the never-never land of general equilibrium which he insists is the fundamental reality. But in the equilibrium world of stasis and certainty there are no entrepreneurs and no profit. The only role for entrepreneurship, by logical deduction, is to innovate, to disrupt a preexisting equilibrium. The entrepreneur cannot adjust, because everything has already been adjusted [...]. His only prescribed role, therefore, is to be disruptive and innovative. (ROTHBARD, 1987, p. 102).

¹⁹⁴ SCHUMPETER, 1961, p. 110.

¹⁹⁵ KIRZNER, 1986, p. 93.

Schumpeter considerou a atividade empresarial o motor do desenvolvimento econômico. Para Kirzner a atividade empresarial é importante ao possibilitar o funcionamento do mercado, sendo o desenvolvimento econômico uma possibilidade consequente do processo. A ação empresarial não se dá apenas pelos inovadores. Aqui os imitadores também participam dessa ação, e esta só cessa quando todas as oportunidades de lucro são exauridas, inclusive pelos imitadores.

Outro ponto de destaque consiste na incompatibilidade que, para Schumpeter, há entre progresso econômico e competição perfeita:

A condição de acesso perfeitamente livre a uma *nova* esfera de atividade, no entanto, pode, na realidade, tornar impossível qualquer acesso. É dificilmente concebível a introdução, desde o início, de novos métodos de produção e novas mercadorias em condições de perfeita e imediata concorrência. Significa isso também que o que chamamos de progresso econômico é incompatível com a concorrência perfeita. (SCHUMPETER, 1961, p. 134).

Para Kirzner a questão de incompatibilidade entre progresso econômico e competição perfeita é uma questão improficua. “Na medida em que uma economia tem um potencial para o progresso [...], nenhum equilíbrio pode ser imaginado *até que esse potencial tenha sido explorado.*”¹⁹⁶. A teoria competição perfeita não considera o mercado como um processo, portanto, não há como pensar esta estrutura de mercado com a ocorrência de progresso. Se assim o fizer, ou nega-se o equilíbrio, ou assume-se que este equilíbrio é um estado de repouso qualquer, no qual existem desajustes:

Concordamos com o ponto de vista de Schumpeter de que as condições de competição perfeita devem estar ausentes para que o progresso tecnológico ocorra. Mas, para nós, essa verdade é, simplesmente, um caso especial (mesmo que importantíssimo) da proposição mais geral, que afirma que a ausência de condições de competição perfeita (ou, quanto a isso, *qualquer* conjunto de condições de equilíbrio) é necessária para que ocorra ajuste de mercado de *qualquer* tipo que seja (mesmo o mais simples ajuste de preços). (KIRZNER, 1986, p. 95).

Para Kirzner e para a EA, Schumpeter estava equivocado na sua concepção sobre o empresário. Este é, em realidade, o agente coordenador inerente ao processo de mercado, atuando com serendipidade e criatividade no intuito de ganhar o seu benefício empresarial, o lucro. Esse movimento natural do empresário é, por conseguinte, o motor natural da economia de mercado e o cerne do crescimento econômico.

¹⁹⁶ KIRZNER, 1986, p. 95.

Apêndice D – Exemplos de atos de concentração horizontal brasileiros

A fim de esclarecer os critérios de análise do Guia estudado, analisam-se dois relatórios elaborados pela SEAE referentes à atos de concentração horizontal. O primeiro é o conhecido como caso AmBev; o agrupamento societário da Companhia Cervejaria Brahma e da Companhia Antarctica Paulista, que geraram a nova empresa denominada Companhia de Bebidas das Américas – AmBev. O segundo relatório a ser analisado, refere-se ao caso Garoto-Nestlé; é a aquisição, pela Nestlé Brasil Ltda., da empresa Chocolates Garoto S.A. Escolheram-se estes dois casos por terem sido, nos últimos anos, os casos de maior repercussão no cenário econômico brasileiro.

1 Ato de Concentração n. 08012.005846/1999-12 – caso AmBev

O ato de concentração se caracteriza em um agrupamento societário, já que a operação se dará pela transferência de ações ordinárias representativas do controle da Brahma e da Antarctica para o capital social da AmBev¹⁹⁷. Brahma e Antarctica passam a se sujeitar à direção e objetivos comuns, como expressão do mesmo poder decisório, ainda que conservem personalidade e patrimônio próprios:

Nessa operação, a Fundação Antonio e Helena Zerrenner – Instituição Nacional de Beneficência (FAHZ), controladora da Companhia Antarctica Paulista – Indústria Brasileira de Bebidas e Conexos; e a Empresa de Consultoria, Administração e Participações S/A (ECAP) e Braco S/A, controladoras da Companhia Cervejaria Brahma, celebraram atos societários a fim de reunirem sob o mesmo controle acionário as empresas BRAHMA e ANTARCTICA, por meio da constituição de uma nova empresa denominada Companhia de Bebidas das Américas – AmBev. (BRASIL, 1999, p. 4).

São duas as requerentes deste ato de concentração:

i) Companhia Cervejaria Brahma: de nacionalidade brasileira, de capital aberto, com sede no Rio de Janeiro. Sua operação se dá na fabricação e comercialização de bebidas – cervejas, refrigerantes, águas, chás e isotônicos – e na fabricação de malte¹⁹⁸.

A composição acionária na Brahma pode ser vista no quadro 3:

¹⁹⁷ Cronologia do ato de concentração: notificação da operação em 2 de julho de 1999; parecer do SEAE concluído em 11 de novembro de 1999; voto do Conselheiro-Redator (CADE) em 30 de março de 2000.

¹⁹⁸ Insumo básico para a produção de cerveja.

Acionistas	Ações ordinárias	Ações preferenciais	Participação total
ECAP	30,65%	0	11,67%
Braco S/A.	24,43%	0,32%	9,50%
Outros (mercado)	44,92%	99,68%	78,83%
Total	100%	100%	100%

QUADRO 3 – Composição acionária da Brahma.

Fonte: BRASIL, 1999, p. 3. Elaboração própria.

No ano anterior a elaboração do relatório, 1998, a Brahma obteve faturamento bruto de 6,8 bilhões de reais no Brasil, 6,9 bilhões de reais no Mercosul, incluindo Brasil, e 7 bilhões de reais no mundo, incluindo Brasil e Mercosul.

ii) Companhia Antartica Paulista - Indústria Brasileira de Bebidas e Conexos: de nacionalidade brasileira, de capital aberto, com sede em São Paulo. Sua operação se dá na fabricação e comercialização de bebidas – cervejas, refrigerantes, águas e sucos – e na fabricação de malte.

A composição acionária da Antartica pode ser vista no quadro 4:

Acionistas	Ações ordinárias	Ações preferenciais	Participação total
ECAP	88,09%	86,42%	87,91%
Administradora e Comercial Lagomar S/A.	02,32%	03,43%	02,43%
Administradora Itaipava S/A.	00,27%	00,29%	00,27%
Outros (mercado)	09,32%	09,86%	09,39%
Total	100%	100%	100%

QUADRO 4 – Composição acionária da Antartica.

Fonte: BRASIL, 1999, p. 4. Elaboração própria.

No ano anterior a elaboração do relatório, 1998, a Antartica obteve faturamento bruto 3,2915 bilhões de reais no Brasil, 3,2966 bilhões de reais no Mercosul, incluindo Brasil, e 3,2989 bilhões de reais no mundo, incluindo Brasil e Mercosul.

Após o ato de concentração, o quadro societário da AmBev passa a ser representado conforme a figura 18:

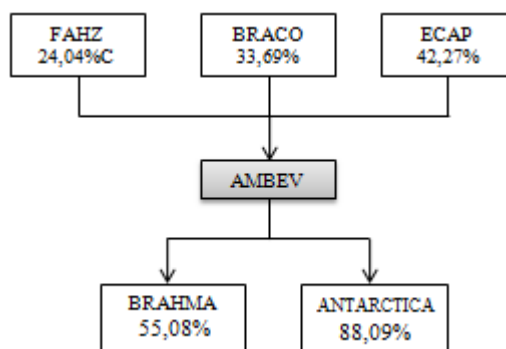


FIGURA 18 – Quadro societário da AmBev após a operação - Ações Ordinárias.

Fonte: BRASIL, 1999, p. 5. Elaboração própria.

Para a realização do ato, os acionistas controladores da Brahma e da Antarctica conferiram ao capital da AmBev 9.448.160 ações ordinárias e 1.101.418 ações preferenciais, representativas de 88,09% do capital votante e 87,91% do capital social total da Antarctica, e 1.451.915.567 ações ordinárias e 13.580.693 ações preferenciais, representativas de 55,08% do capital votante e de 21,17 % do capital social total da Brahma.

1.1 Definição do mercado relevante

Como já definido, o primeiro passo da análise dos atos de concentração é a definição do mercado relevante. Este se dá por meio do teste do “monopolista hipotético”. Considerou-se, neste caso, que o “pequeno, porém significativo e não transitório aumento de preços” é de 10%. Neste caso, o teste será aplicado aos mercados em que tanto a Brahma quanto a Antarctica produzam. As requerentes atuam no ramo de bebidas alcoólicas e não alcoólicas e

de malte. Cervejas¹⁹⁹, refrigerantes, águas e malte são produzidos por ambas as empresas; sucos apenas Antarctica produz e chás e isotônicos apenas Brahma produz.

O mercado relevante ficou definido da seguinte maneira²⁰⁰ (Quadro 5):

PRODUTOS	MERCADO RELEVANTE
ÁGUAS ENGARRAFADAS	O mercado relevante de águas refere-se, então, a águas engarrafadas (minerais e mineralizadas) nos estados de São Paulo, Bahia e Paraná.
CERVEJAS	O mercado relevante de cervejas refere-se, portanto, a cervejas retornáveis no mercado frio nas cinco dimensões geográficas definidas.
REFRIGERANTES CARBONATADOS	O mercado relevante de refrigerantes refere-se, assim, a refrigerantes carbonatados em embalagem descartável - PET 2L - e no mercado quente, nas cinco dimensões geográficas definidas, doravante apenas mercado de refrigerantes.

QUADRO 5 – Mercado relevante – caso AmBev.

Fonte: Baseado em BRASIL, 1999, p. 6-23. Elaboração própria.

1.2 Determinação da parcela de mercado

Chegou-se a conclusão que a participam no mercado de águas engarrafadas é pequeno, e não há poder de mercado. Para cervejas e refrigerantes constatou-se uma parcela de mercado superior a 20%, indicado pelo Guia, e desta forma, o exame da probabilidade de exercício de poder de mercado faz-se necessário (Quadro 6):

¹⁹⁹ A BRAHMA atua no mercado de cervejas por meio de várias marcas, sendo as mais conhecidas Brahma Chopp, Brahma Extra, Skol Pilsen e Miller Genuine Draft. Já a ANTARCTICA produz e comercializa mais de trinta marcas diferentes de cerveja, destacando-se Antarctica, Bavária, Bohemia, Budweiser –a *joint venture* com a Anheuser-Busch foi recentemente desfeita –. e Kronenbier, dentre outras.

²⁰⁰ Anexo C1.

	Participação no Mercado				Conclusão
	Antes do ato			Após o ato AmBev	
		Brahma	Antarctica		
ÁGUAS ENGARRAFADAS ¹		1,03%	0,05%	1,08%	A participação de mercado das requerentes é muito pouco significativa. Uma vez que essa parcela de mercado está situada abaixo de 20%, pode-se concluir que a presente operação, no mercado de águas engarrafadas, não provocará danos à concorrência.
CERVEJAS	Mercado 1	41,30%	23,80%	65,10%	Faz-se necessário prosseguir com a análise, a fim de se verificar se as condições de concorrência no mercado permitiriam, de fato, o exercício de poder de mercado decorrente da operação.
	Mercado 2	52,10%	21,70%	73,80%	
	Mercado 3	56,10%	19,60%	75,70%	
	Mercado 4	39,70%	42,10%	81,80%	
	Mercado 5	18,40%	73,40%	91,80%	
REFRIGERANTES CARBONATADOS	Mercado 1	7,20%	10,30%	17,50%	A parcela de mercado da AmBev ultrapassa o valor de 20%, no mercado 5. Contudo, como nos demais mercados a participação das requerentes chega a valores próximos de 20%, considera-se seguro, por razões de rigor da análise, seguir no estudo da possibilidade de exercício de poder de mercado.
	Mercado 2	-	-	-	
	Mercado 3	3,00%	14,20%	17,20%	
	Mercado 4	11,50%	5,30%	16,80%	
	Mercado 5	10,90%	13,60%	24,50%	

QUADRO 6 – Parcela de mercado – caso AmBev.

Fonte: Baseado em BRASIL, 1999, p.24-30. Elaboração própria.

¹Isto em São Paulo, já que nos mercados da Bahia e do Paraná não houve qualquer alteração estrutural, uma vez que as empresas não atuam simultaneamente nesses estados

1.3 Exame da probabilidade de exercício de poder de mercado

Segundo o relatório, assumiu-se que a demanda é suficientemente inelástica e, logo, o poder de mercado unilateral tem probabilidade de ocorrer se: (i) as importações não forem efetivas; (ii) a entrada não for “fácil” ou “suficiente”; e (iii) a rivalidade entre as empresas instaladas for baixa.

Quanto à cerveja, constatou-se que as importações não são efetivas no controle do exercício de poder de mercado, pois há elevada alíquota dos impostos de importações; há alto custo do transporte; há preferência do consumidor brasileiro pela embalagem retornável; e por preferências relativas às propriedades organolépticas do produto. Outro fator, a entrada, também não seria suficiente para inviabilizar exercício de poder de mercado. A rivalidade também não pode ser considerada como uma restrição ao exercício de poder de mercado.

No que tange os refrigerantes, as importações também são insignificantes, e não representam um condicionante ao controle do exercício de poder de mercado. Contrariamente

do que ocorre com a cerveja, a entrada no mercado de refrigerantes é fácil e suficiente, tornando pouco provável o exercício do poder de mercado.

1.4 Análise das Eficiências

O exame das eficiências alegadas é de categoria confidencial. Sendo que o relatório apenas traz quais eficiências que são aceitas. A redução máxima nos custos aceita é de 6,9%, inferior ao alegado pela empresa, que seria de 14,1%.

1.5 Recomendações

No relatório alega-se que o papel das agências antitruste não é controlar ou intervir discricionariamente no mercado, mas sim assegurar que as condições do livre funcionamento e livre iniciativa dos agentes econômicos sejam respeitadas.

O relatório conclui que das sete linhas de produtos envolvidas nos atos de concentração – cervejas, refrigerantes, águas, chás, isotônicos, sucos e malte –, apenas uma, a cerveja, acarreta perdas para a eficiência econômica e para o bem-estar do consumidor. Estas perdas de eficiência derivam do fato de que no mercado de cervejas a participação das requerentes ser suficientemente alta para viabilizar o exercício de poder de mercado; das importações não serem e não poderem a vir ser uma opção factível para os consumidores, a entrada de novas empresas não ser suficiente para evitar o aumento de preços; as demais marcas não serem alternativas efetivas de substituição do consumo e das eficiências que as requerentes alegaram não compensarem as perdas para o consumidor e assim para a eficiência econômica.

Considerando estes fatores, a SEAE conclui que o ato não deve ser aprovado sob estas circunstâncias. Recomenda que para a aprovação do ato devam-se ser requeridas: a alienação da totalidade dos ativos tangíveis e intangíveis²⁰¹ correspondentes à integralidade do negócio

²⁰¹ Entende-se por ativos tangíveis e intangíveis, entre outros: a) as marcas; b) as plantas necessárias a sua operação nos níveis compatíveis com as participações de mercado atuais, que incluem a Skol Filial Brasília (Gama/DF), a Skol Filial Guarulhos (Guarulhos/SP), a Skol Filial Nova Lima (Nova Lima/MG) e a Skol Filial

de cervejas associado à marca Skol; e a alienação de uma das duas plantas localizadas em Cuiabá e uma das duas plantas localizadas em Manaus.

1.6 Parecer CADE²⁰²

O CADE aprovou sem restrições o mercado de águas engarrafadas, refrigerantes carbonatados, e com restrições o mercado de cerveja. As restrições são a de vender a marca Bavária e cinco fábricas e compartilhamento da distribuição, no prazo de oito meses.

2 Ato de concentração n. 08012.001697/2002-89 – caso Garoto-Nestlé

A operação em questão constitui uma aquisição. Houve um acordo entre as empresas Nestlé Brasil e Garoto, na qual a Nestlé Brasil subscreveria as novas ações emitidas pela Garoto decorrentes do aumento de capital desta; a Nestlé Brasil resgataria as ações que ainda estivessem detidas pelos acionistas controladores da Garoto²⁰³.

i) Nestlé Brasil Ltda.: empresa nacional, na qual os principais acionistas são a Nestlé S.A., de origem suíça, com 99,9% do capital social da Nestlé Brasil e à Sociedade Comercial de Corretagem de Seguros e Participações Ltda. (SOCOPAL), com 0,01% restantes. Suas atividades dividem-se em quatro principais: i) indústria alimentícia – fábrica de laticínio, cereais, doces e biscoitos, sorvetes, congelados e preparados, condimentos, café solúvel, comidas infantis, produtos dietéticos e serviços alimentícios –; ii) indústria de bebidas – águas minerais e mineralizadas –; iii) indústria de pecuária e produção animal – fábrica que desenvolve rações para animais de estimação –; iv) indústria farmacêutica e de produtos de higiene – fabrica e desenvolve produtos dermatológicos e oftalmológicos, e cosméticos –.

Londrina (Londrina/PR); c) os contratos de distribuição do produto; d) demais contratos vinculados ao negócio Skol.

²⁰² BRASIL, 2000, p.1-2, passim.

²⁰³ Cronologia do ato de concentração: ato vinculativo da operação (contrato de subscrição) em 22 de fevereiro de 2002; notificação da operação em 15 de março de 2002; parecer do SEAE concluído em 7 de outubro de 2002; voto do Conselheiro-Redator (CADE) em 4 de fevereiro de 2004.

No ano anterior a elaboração do relatório, 2001, o faturamento do Grupo Nestlé, mundialmente, foi de 119,37 bilhões de reais, sendo que destes, 4,8 bilhões de reais corresponderam ao faturamento da Nestlé Brasil.

ii) Chocolate Garoto S.A.: empresa de nacionalidade brasileira, com sede em Vila Velha, Estado do Espírito Santo. A empresa atua basicamente na indústria alimentícia, fabricando doces – chocolates e confeitos –. Seu faturamento mundial, exceto Brasil no ano de 2000, foi de 34,59 milhões de reais; no Brasil a empresa faturou 547,15 milhões de reais no mesmo ano.

2.1 Definição de mercado relevante

i) Dimensão Produto

Os produtos ofertados tanto pela Nestlé Brasil, quanto pela Garoto S.A., são: cobertura de chocolate; chocolates sob todas as formas – tabletes, *candy bars*, *snacks*, bombons, caixa de bombons, ovos de Páscoa e formatos variados –; cacau em pó, chocolate em pó; balas e confeitos.

A fabricação de chocolate, sob todas as formas é feita em uma linha de produção; tendo isto, seria possível a dedução de que não há substituição pelo lado da oferta entre os diferentes tipos de chocolates. Contudo, alguns tipos de chocolates podem ser fabricados em uma mesma linha de produção. Somente bombons não fazem uso da mesma linha da produção, por necessitarem de placas esféricas, e dos *candy bars*, que necessitam de equipamentos específicos para sua produção. No entanto, partindo do que foi exposto, podem ser definidos três tipos de chocolates, pelo lado da oferta: tabletes, sejam recheados ou não, *candy bars*, e *snacks*. Qualquer outro tipo de bombom ou apresentação pode ser obtido por uma das três linhas de produção acima. Do lado da demanda a Secretaria optou por analisar em duas dimensões de produtos: chocolates sob todas as formas, agregando os chocolates como sendo um único produto, ou chocolate por segmentos, bombons, caixa de bombons, tabletes, *snacks*, *candy bars*, ovos de páscoa ou formatos variados.

Quanto ao cacau e o chocolate em pó, sabendo que a diferença básica entre os dois produtos é o incremento de açúcar, definiu-se pelo lado da oferta, um único produto, o chocolate em pó.

Já no que tange às coberturas de chocolates, entendeu-se que dada à necessidade de maquinário distinto, a definição deva ser dar em dois produtos, a cobertura de chocolate líquida e a cobertura de chocolate sólida. Pelo lado da demanda, devida a baixa representatividade da demanda por cobertura líquida, e pela possibilidade dos consumidores de cobertura líquida demandar cobertura sólida, definiu-se como produto relevante a cobertura sólida.

Os diferentes tipos de confeitos apresentam forte substituição entre si. Contudo há especificidades de produção. Desta forma, foram definidos pelo lado da oferta: balas, pastilhas prensadas, pastilhas drageificadas e caramelos. A mesma definição segue para o lado da demanda.

ii) Dimensão Geográfica

Para licor de cacau, manteiga de cacau e torta de cacau; definiu-se como mercado relevante o território nacional, já que não é de costume na indústria chocolateira importar os produtos acima. A importação não ocorre, pois qualquer demanda por parte de firmas no Brasil às matrizes das firmas processadoras de cacau no exterior é redirecionada, pelas mesmas, para suas filiais brasileiras. O mercado geográfico também o nacional para coberturas, líquida e sólida, também devido à inviabilidade econômica na importação deste produto.

Para chocolate em pó, considerando que a Garoto não possui participação no mercado mundial de chocolate em pó, a definição é o território nacional. Para chocolates, de modo geral, o mercado também é nacional. Não há informações específicas sobre as importações de confeitos. Sabendo que há uma pequena taxa de importação, optou-se por analisar o mercado nacional e mundial.

2.2 Determinação da parcela de mercado

A Nestlé Brasil não participa do mercado de Licor de Cacau, Manteiga de Cacau ou Torta de Cacau. Como a Secretaria julga que não há possibilidade de prejuízo à concorrência, já que a Nestlé não tem capacidade ociosa hábil para abastecer a Garoto, nem a demanda da Garoto é representativa na demanda total dos produtos acima. Dessa forma, o ato não gera danos à concorrência nos mercados destes três produtos, pois não concentra mercado.

Quanto à cobertura de chocolate sólida, a empresa resultante do ato de concentração passará a deter 82% da oferta de cobertura de chocolate, no âmbito nacional e 88% da oferta de cobertura de chocolate sólida. Assim, tendo em vista esta a concentração de mercado, há necessidade de avaliar a probabilidade de exercício de poder de mercado no mercado de cobertura de chocolate sólida.

No agregado, no que tange chocolates de todas as formas, a firma resultante do ato terá mais de 20% de participação e o CR(4), ou seja, a participação das quatro maiores firmas deste mercado é maior de 95%, bem acima do indicado no Guia, 75%. Caixas de bombons, tabletes, ovos de páscoa, também apresentam CR(4) maior que 75%; estes representam aproximadamente 64% de todo o mercado de chocolates. Nos outros segmentos, bombons, *candy bars*, *snacks*, e formatos variados, não são observados riscos à concorrência.

O mercado de Chocolate em Pó, pós-concentração, permanece muito semelhante à estrutura pré-concentração, inviabilizando qualquer tipo de exercício de poder de mercado, unilateral ou coordenado. No mercado dos confeitos a concentração da firma resultante não chega a 4% no mercado nacional, e a Garoto não oferta confeitos no mercado mundial. Portanto, tanto da esfera nacional, como mundial, o ato de concentração não gera danos à concorrência.

2.3 Exame da probabilidade de exercício de poder de mercado

A entrada constitui um importante entrave ao exercício de poder de mercado. Quanto à coberturas de chocolate, a Secretaria concluiu que a probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da firma resultante é baixa. Já, no mercado de chocolates, apesar de ser possível a entrada de novos participantes neste mercado, esta entrada não seria provável nem seria suficiente para impedir um exercício de poder de mercado por parte da nova firma; o maior entrave seria a marca²⁰⁴.

Seguindo no exame da probabilidade de exercício de poder de mercado, parte-se para o exame da rivalidade no mercado de chocolates e nos segmentos onde há problema: caixa de bombons e tabletes. A conclusão, para todos os produtos, é que, apesar de existirem concorrentes com possibilidade de realizar investimentos em capacidade necessária para

²⁰⁴ Anexo C2

evitar o exercício de poder de mercado por parte da firma resultante, não é provável que estes sejam realizados. Além disso, sabendo que a entrada não é provável, conclui-se que a probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da firma resultante é alta.

2.4 Análise das Eficiências

As requerentes, em seu relatório, afirmam que existem quatro áreas onde há possibilidade de economias: (i) técnica e produção; (ii) administrativa; (iii) comercial; e (iv) logística. A partir dos dados apresentados, de caráter confidencial, e em conformidade com o apresentado no Guia, a Secretaria realizou uma simulação²⁰⁵ de quais seriam as perdas à economia decorrente do ato de Concentração.

A partir da simulação, a Secretaria concluiu que os benefícios econômicos do ato são inferiores às perdas potenciais aos consumidores de chocolate. No melhor cenário possível obtido pela simulação, o aumento de preços de 5% das Requerentes e as economias apresentadas por esta, a variação de bem-estar apresentada nesta operação é de 3,5 milhões de reais por ano. Nos outros cenários, que ao ver da Secretaria são mais próximos à realidade, o ato de concentração gera redução do bem-estar social.

2.5 Recomendações

A Secretaria concluiu que se a indústria apresentar diferenciação de produtos, os resultados teóricos indicam que existe a probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da firma resultante e, além disso, a única rival não conseguiria contestar este aumento de preços.

²⁰⁵ A simulação aconteceu da seguinte forma: na primeira coluna supôs-se que as Requerentes *umentam o preço de seus produtos em 5%, 10% ou 15%*, mantendo inalteradas as quantidades vendidas pelas mesmas. Então se calculou qual seria o incremento de receita da firma resultante (que seria o simétrico da perda de excedente do consumidor). O *preço tomado para esta simulação foi o preço médio de todos os produtos de cada firma*. Num segundo momento foi realizado o mesmo exercício, porém, desta vez, levando em consideração aumento de preço não só por parte das Requerentes, como por parte da Lacta.

Quanto ao mercado de chocolates, concluiu-se que este poderia alcançar um novo equilíbrio a preços mais altos do que os atuais. Além disso, dadas as eficiências econômicas apresentadas pelas Requerentes, os ganhos de eficiência decorrentes da operação não seriam justificáveis para aprová-la. Porém, nas pesquisas de opinião quanto à fidelidade à marca, foi levantando que o consumidor considera como equivalentes os produtos oferecidos pela Nestlé, Lacta e Garoto; desta forma a fidelidade à marca não é algo evidente.

A Secretaria reconheceu que houveram problemas com a análise econômica do ato, e assumiram que a questão dos produtos relevantes ficou em aberto, em especial no que tange a decisão de considerar ou não os produtos da Nestlé, Garoto e Lacta diferenciados entre si. A Secretaria estimou que há possibilidade de considerar os produtos como homogêneos, desta forma, o caso seria de uma indústria de produtos homogêneos competindo em Bertrand²⁰⁶. Logo, a probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da firma resultante seria nula, e o ato deveria ser aprovado.

Desta forma, a SEAE passou ao plenário CADE o julgamento em cima dos fatos aqui expostos e os que por ventura sejam juntados ao processo e determinar qual atitude a ser tomada neste ato de concentração.

Uma nota técnica²⁰⁷ sugeriu que não existe diferença muito expressiva entre os preços dos produtos analisados, exceto nos casos do tablete *Suflair* e dos ovos de páscoa da marca Nestlé. Portanto, a condição necessária de que os preços sejam semelhantes em mercados de produtos homogêneos não pode ser totalmente descartada no presente Ato de Concentração. Logo, tais resultados sugerem que os chocolates das três marcas analisadas podem não ser considerados produtos diferenciados. Desta forma, considerando produtos homogêneos, o ato deveria ser aprovado.

2.6 Parecer do CADE

Conforme as características do ato de concentração, definidas no quadro 7:

²⁰⁶ A competição se dá por preços e não por quantidade. O resultado será o de equilíbrio com lucro econômico zero (se uma empresa aumentar o preços acima do preços de equilíbrio, perderá vendas para outra empresas e reduzirá lucro).

²⁰⁷ Nota Técnica n.º 34, de 15 de outubro de 2002 CONDU/COGPI/SEAE/MF Subsídio ao Parecer n. 196, de 07 de outubro de 2002, através da averiguação da possibilidade dos chocolates das marcas Nestlé, Garoto e Lacta não serem considerados produtos diferenciados entre si.

Produtos relevantes	Balas e confeitos sem chocolate	Achocolatados (cacau em pó e chocolate em pó)	Cobertura de chocolate	Chocolate sob todas as formas
Dimensão geográfica	território nacional	território nacional	território nacional	território nacional
Grau de concentração resultante	2,70%	61,20%	88,50%	58,40%
Dano à concorrência	Reduzido.	Reduzido.	Eliminação de um dos três grandes <i>players</i> do mercado.	Eliminação de um dos três grandes <i>players</i> do mercado. Redução da rivalidade.
Eficiência (redução de, pelo menos, 12% dos custos variáveis de produção e distribuição)	-	-	-	Insuficiente para compensar dano à concorrência e garantir a não redução do bem-estar do consumidor.

QUADRO 7 – Ementa do Caso Garoto Nestlé.

Fonte: Baseado em BRASIL, 2004, p.25. Elaboração própria.

O CADE não aprovou a operação. A solução estrutural é a desconstituição do ato de concentração entre Nestlé Brasil e Garoto S.A.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, na conformidade dos votos e das notas eletrônicas, acordam o Presidente e os Conselheiros do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE, por maioria, determinar a desconstituição da operação, nos termos do voto do relator. Vencido o Presidente que a aprovava com restrições. Participaram do julgamento o Presidente João Grandino Rodas e os Conselheiros Thompson Almeida Andrade, Roberto Augusto Castellanos Pfeiffer, Fernando de Oliveira Marques, Cleveland Prates Teixeira, Luiz Alberto Esteves Scaloppe. Presente a Procuradora Geral Maria Paula Dallari Bucci. Brasília, 04 de fevereiro de 2004 (data do julgamento – 312ª S.O.). (BRASIL, 2004, p.25).

ANEXO A - Tabela comparativa entre Escola Neoclássica e Escola Austríaca

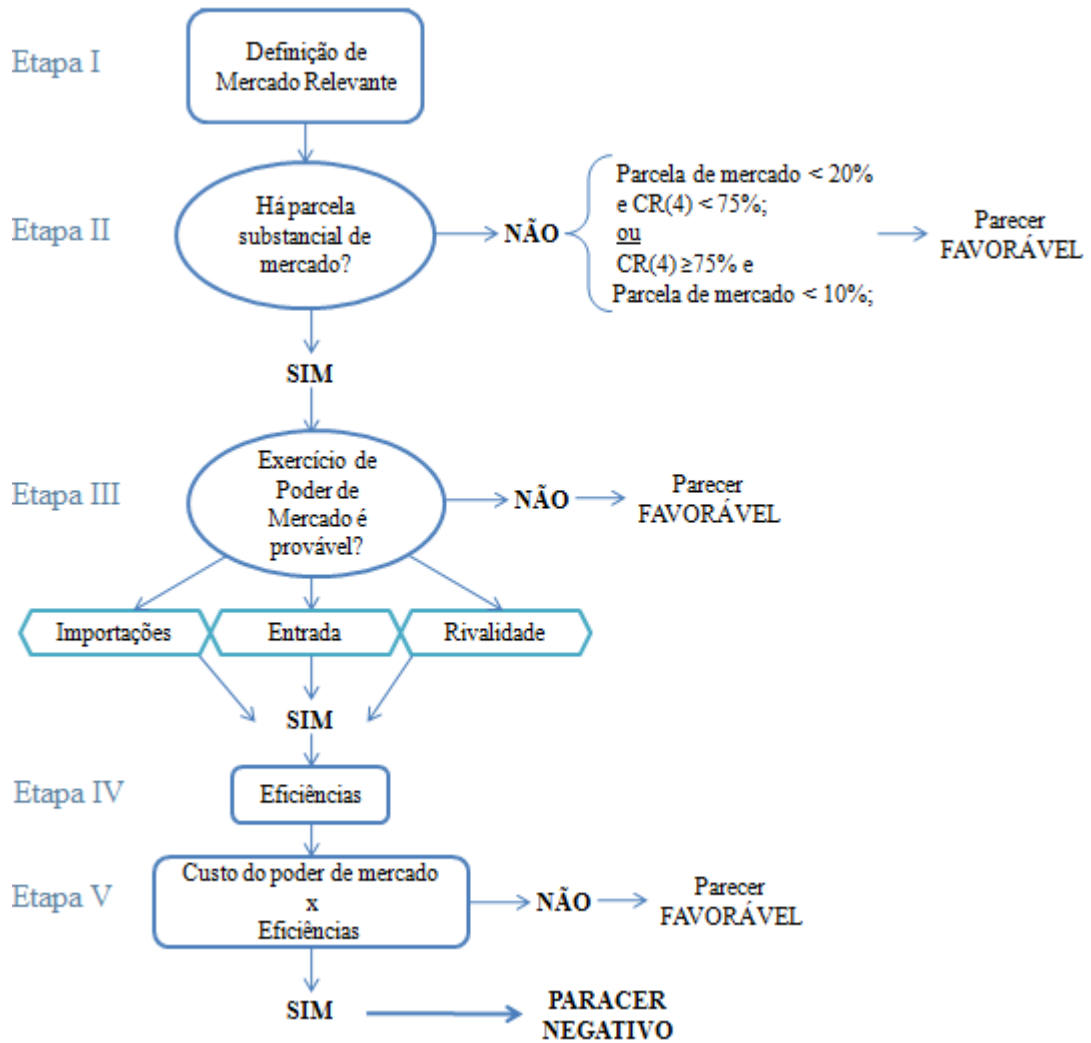
PONTOS DE COMPARAÇÃO	PARADIGMA DA EA	PARADIGMA NEOCLÁSSICO
Perspectivas metodológicas	Subjetivismo; individualismo metodológico.	Estereótipo do individualismo metodológico (fatores externos influenciam o indivíduo - objetivismo).
Utilidade marginal	Utilidade marginal baseada no valor de uso subjetivo.	Utilidade marginal baseada no valor de uso objetivo (quantidade, capacidade física).
Teoria dos preços	Valores das variáveis preço e quantidade não são o objeto de análise, mas sim as interações dos agentes que geram as forças de mercado que modificam preços, tecnologias, alocação de recursos.	Estabelece preços e quantidades compatíveis com o equilíbrio de mercado, dada a tecnologia e a alocação de recursos.
Conceito de economia	Teoria da ação humana (Praxeologia).	Teoria da decisão/maximização.
Tempo usado na análise	Tempo real (continuidade dinâmica; heterogeneidade; eficácia causal).	Tempo Newtoniano (continuidade matemática; inércia causal; homogeneidade).
Protagonista dos processos sociais	<i>Homo agens</i> /empreendedor.	<i>Homo oeconomicus</i> .
Ponto de referência	Processo geral com tendência coordenadora.	Modelo de equilíbrio.
Concepção da informação	O conhecimento e a informação são subjetivos, estão dispersos e alteram-se constantemente.	Pressupõe-se a existência de informação perfeita.
Possibilidade dos agentes se equivocarem a priori e natureza do ganho empresarial	Admite-se a possibilidade de serem cometidos erros poderiam ter sido evitados com maior perspicácia empresarial na percepção de oportunidades de lucro.	Não se admite que existam erros dos quais alguém possa se arrepender, uma vez que todas as decisões passadas se relacionam em termos de custos e benefícios.
Possibilidades de previsão específica	Impossível.	A previsão é um objetivo que se procura de forma deliberada.
Formalismo	Lógica verbal (abstrata e formal) que permite a consideração do tempo subjetivo e da criatividade humana.	Formalismo matemático (linguagem simbólica própria da análise de fenômenos atemporais e constantes).

Competição	Processo de rivalidade entre os indivíduos.	Concorrência Perfeita (nenhum agente tem a capacidade de afetar os preços de mercado; na verdade é a ausência de concorrência).
Monopólio	Os casos de monopólio fazem parte do processo competitivo, refletindo a ação do empreendedor. Fatores mercadológicos que garantem a temporariedade do monopólio; sendo assim, a única forma do monopólio se sustentar por tempo indeterminado se a preocupação com a concorrência potencial é quando há concessão de privilégios governamentais.	Controle do monopolista sobre a oferta de produtos. Análise centrada no <i>único produtor</i> de uma determinada mercadoria.
Eficiência	Dinâmica.	Estática
Falhas de mercado	Não existem.	Externalidades; Informação Imperfeita; Bens-públicos; poder de mercado.
Intervencionismo	Amplifica as falhas.	Corrige as falhas de mercado e traz o equilíbrio econômico.

Fonte: Adaptado de HUERTA DE SOTO, 2010a, p. 15-17.

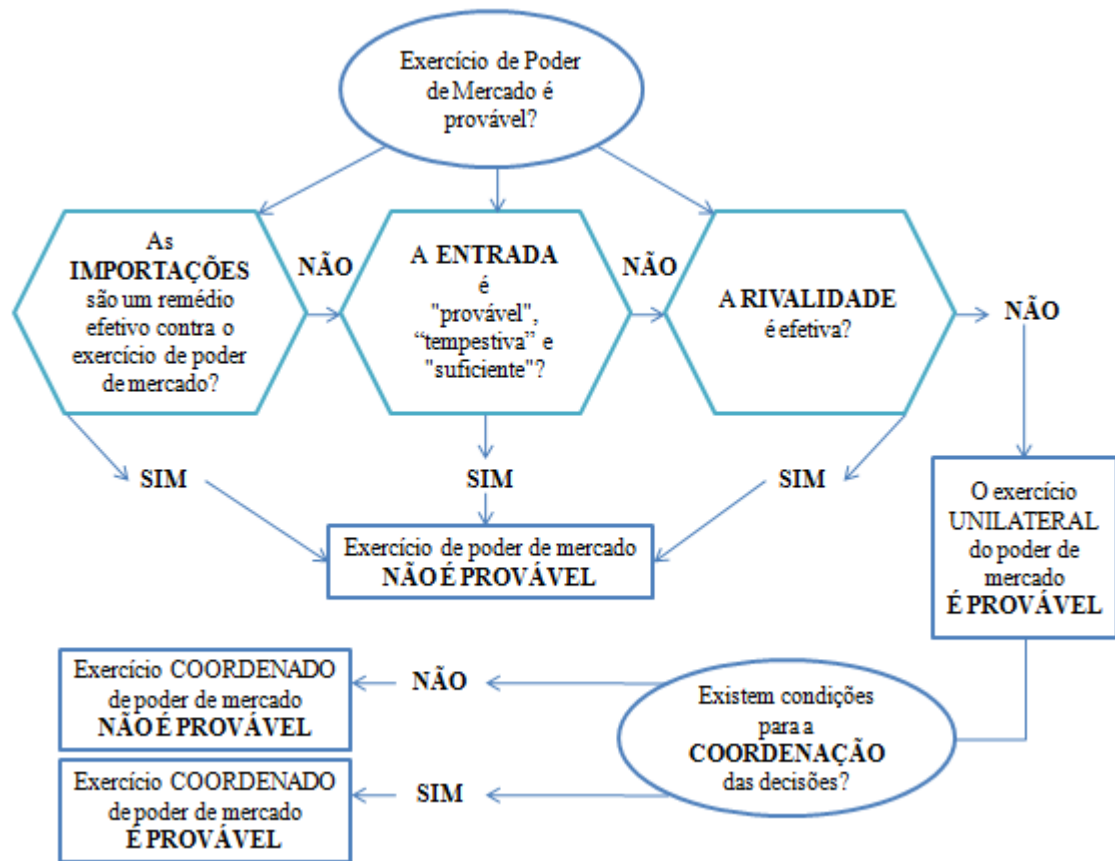
Anexo B – Guia para a análise econômica de atos de concentração horizontal

Anexo B1 – As Etapas de Análise Econômica de Atos de Concentração Horizontal



Fonte: Adaptado de BRASIL, 2001, p. 7. Elaboração Própria.

Anexo B2 – Detalhe da Etapa III - Exercício de Poder de Mercado



Fonte: Adaptado de BRASIL, 2001, p. 8. Elaboração Própria.

Anexo C – Exemplos de atos de concentração horizontal brasileiros

Anexo C1 – Definição de mercado relevante – Caso AmBev

ÁGUAS ENGARRAFADAS	DIMENSÃO PRODUTO	Água mineral e mineralizada (água mineralizada é uma solução de salina artificial, originando-se do tratamento da água captada da rede pública, que, após passar por um processo de industrialização e filtragem especial, sofre adição de sais minerais).
	DIMENSÃO GEOGRÁFICA	Em virtude dos elevados custos de transporte e do baixo valor agregado do produto, definiu-se a dimensão geográfica do mercado de águas engarrafadas como sendo estadual. Assumiu-se a hipótese de ser esta uma boa aproximação do raio de atuação economicamente viável para o transporte do produto. Entretanto, é válido observar que certas indústrias de água mineral/mineralizada podem, ocasionalmente, atender outras unidades da federação a partir de uma determinada planta. Nesse caso, observa-se, estariam incorrendo em custos extras. Conforme a localização das plantas das empresas requerentes, definiu-se três mercados geográficos: São Paulo, Bahia e Paraná.
	MERCADO RELEVANTE	O mercado relevante de águas refere-se, então, a águas engarrafadas (minerais e mineralizadas) nos estados de São Paulo, Bahia e Paraná.
CERVEJAS	DIMENSÃO PRODUTO	O mercado pode ser segmentado por: a) categorias - premium price, standard e low price -as requerentes admitirem essa segmentação, porém não informaram a classificação das cervejas que comercializam; b) ponto de venda, as cervejas vendidas em pontos de venda a frio – bares e restaurantes - são produtos distintos de cervejas comercializadas em pontos a quente – super e hiper mercados -, a diferença entre os preços desses dois produtos pode chegar a 30%; c) tipo de embalagem em que o produto é comercializado - cervejas em embalagens descartáveis são produtos distintos de cervejas em embalagens retornáveis -. A combinação dos três tipos de segmentação, resultam em quatro produtos diferentes: cerveja retornável no mercado frio, cerveja retornável no mercado quente, cerveja descartável no mercado frio e cerveja descartável no mercado quente. Para se definir a dimensão produto do mercado relevante, procurou-se levar em consideração o grau de substituíbilidade existente, por parte do consumidor, entre: (i) cerveja e outras bebidas alcoólicas – a elasticidade cruzada da demanda entre cerveja e outras bebidas alcoólicas é baixa, significando que as outras bebidas alcoólicas não são substitutos próximos para a cerveja; (ii) cerveja e bebidas não-alcoólicas – elasticidade cruzada da demanda entre cerveja e outras bebidas não-alcoólicas é baixa, o que mostra que as bebidas não-alcoólicas não são boas substitutas para a cerveja; (iii) diferentes tipos de cerveja – elasticidade-cruzada é alta entre as diversas cervejas de diferentes tipos, o que significa que os diferentes tipos de cerveja são substitutos próximos; (iv) diferentes categorias de cervejas – devido à inexistência de

	<p>informações acerca das elasticidades cruzadas, foram aceitos os posicionamentos dos Conselheiros do CADE e da Comissão Européia a respeito;</p> <p>Tendo em vista as características supracitadas, definiu-se a dimensão produto do mercado relevante, no caso das cervejas, como sendo cervejas retornáveis no mercado frio, doravante apenas cervejas.</p>
	<p>.....A delimitação da dimensão geográfica refere-se aos custos de transporte. Desta forma admitiu-se, implicitamente, que um raio de 500 Km em relação à localização das plantas é o raio máximo que torna viável a oferta do produto, a preços rentáveis.</p> <p>Foram delimitadas cinco grandes dimensões geográficas para o produto cerveja:</p> <p>MERCADO 1: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. MERCADO 2: Minas Gerais, parte de Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro, Espírito Santo e parte de São Paulo. MERCADO 3: Parte dos estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. MERCADO 4: Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Sergipe, Alagoas e parte dos estados da Bahia e do Pará. MERCADO 5: Parte dos estados do Amazonas e Roraima.</p>
	<p>MERCADO RELEVANTE</p> <p>O mercado relevante de cervejas refere-se, portanto, a cervejas retornáveis no mercado frio nas cinco dimensões geográficas definidas</p>
REFRIGERANTES CARBONATADOS	<p>DIMENSÃO PRODUTO</p> <p>No que tange os refrigerantes, constatou-se: (i) a existência de uma baixa elasticidade cruzada entre refrigerantes e outras bebidas, significando que outras bebidas não são boas substitutas para refrigerantes; e (ii) uma alta elasticidade-cruzada entre refrigerantes carbonatados, significando que refrigerantes, independentemente do sabor, são bons substitutos uns dos outros.</p> <p>A análise será centralizada no refrigerante carbonatado, em embalagem descartável (Pet 2 litros), no mercado quente.</p>
	<p>DIMENSÃO GEOGRÁFICA</p> <p>Da mesma forma que no caso da cerveja, o mercado geográfico de refrigerantes foi delimitado a partir da localização das fábricas, buscando-se identificar quais regiões poderiam ser abastecidas de forma economicamente viável. O raio de ação viável encontrado foi de aproximadamente 400 Km.</p> <p>Os mercados definidos foram os seguintes:</p> <p>Mercado 1: Minas Gerais, parte de Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro, Espírito Santo e parte de São Paulo. Mercado 2: Parte dos estados do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Mercado 3: Parte dos estados do Amazonas e Roraima. Mercado 4: Estados do Paraná, Rio Grande do Sul e parte de Santa Catarina. Mercado 5: Estados do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Sergipe, Alagoas e parte dos estados da Bahia e do Pará.</p>
	<p>MERCADO RELEVANTE</p> <p>O mercado relevante de refrigerantes refere-se, assim, a refrigerantes carbonatados em embalagem descartável - PET 2L e no mercado quente, nas cinco dimensões geográficas definidas, doravante apenas mercado de refrigerantes.</p>

Fonte: Baseado em BRASIL, 1999, p. 6-23-. Elaboração própria.

Anexo C2 – Exame da probabilidade do exercício de poder de mercado – a entrada no caso Garoto-Nestlé

ENTRADA	Cobertura de Chocolate	Chocolates
Escala Mínima Variável (EMV)	<p>Há vários modelos que uma firma pode seguir:</p> <p>(i) Ser um grande produtor de chocolate industrial, vendendo para outros produtores de chocolate para consumo massivo e indústrias consumidoras de chocolate industrial;</p> <p>(ii) ser um produtor de chocolate para consumo massivo que vende o excesso de produção para o mercado de chocolate industrial;</p> <p>(iii) ser um pequeno produtor de chocolate industrial.</p> <p>No caso (i) a EMV é de 40000 toneladas ao ano, e no caso (iii) 3600 toneladas ao ano.</p> <p>As requerentes afirmaram que a EMV seria de <i>2.628 toneladas ao ano para cobertura líquida e 7.008 toneladas ao ano para coberturas sólidas.</i></p>	<p>A EMV varia de <i>4 a 30 mil toneladas de chocolate por ano</i>, ou seja de 2,55% a 19% do mercado nacional de chocolates.</p>
Tempo Mínimo para a Entrada	<p>O tempo mínimo para a instalação de uma linha de produção de cobertura de chocolate (líquida ou sólida), produzindo na EMV, seria de <i>6 a 8 meses</i>, sem considerar tempo necessário para a construção civil da planta.</p> <p>A única concorrente nacional, Arcor do Brasil, afirma que o tempo necessário é de 12 a 18 meses, para a EMV (i) e 8 a 12 meses para a EMV (ii).</p>	<p>2 a 3 anos.</p>
Investimento Mínimo para a Entrada	<p>As requerentes afirmaram que o investimento mínimo para a instalação de uma linha de produção de cobertura de chocolate líquida, produzindo na EMV, é da ordem de <i>R\$ 1,5 milhão</i>. No caso da cobertura moldada, produzindo na EMV, estes gastos variam entre <i>R\$ 2 a 3 milhões</i>, sem considerar investimento necessário para a construção civil da planta.</p> <p>A Arcor do Brasil afirma que o investimento pode variar de R\$ 35 a 50 milhões, em se tratando da EMV (i), a R\$ 2 milhões, no caso da EMV (ii).</p>	<p>A <i>marca</i> é um fator limitante à entrada de novas concorrentes.</p> <p>Por mais que a entrada seja possível, as novas marcas encontram grande dificuldade de fixação devido a problemas de reputação e pela baixa participação de mercado das marcas mais novas a entrar no mercado.</p>
Possibilidades de Venda	<p>Dado que se trata de um produto homogêneo, a condição necessária e suficiente para a garantia de concorrência neste mercado seria a existência de capacidade ociosa por parte das concorrentes.</p> <p>A capacidade ociosa da Arcor seria suficiente para abastecer <i>38% do mercado de cobertura de chocolate</i>. Como se trata de um produto homogêneo, é razoável considerar que uma capacidade ociosa desta magnitude seja suficiente para conter o exercício de poder de mercado por parte das Requerentes.</p>	<p>As oportunidades de vendas são representadas pela taxa de crescimento média de <i>1,5% ao ano</i>.</p>

Conclusão	Logo, pelas informações obtidas por esta Secretaria, a <i>probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da firma resultante é baixa.</i>	Apesar de ser possível a entrada de novos participantes neste mercado, esta entrada <i>não seria provável nem seria suficiente para impedir um exercício de poder de mercado por parte da nova firma.</i>
-----------	---	---

Fonte: Baseado em BRASIL, 2002, p. 26-29-. Elaboração própria.