



Mercados intensivos em inovação: desafios à análise antitruste tradicional

23º Seminário Internacional de Defesa da Concorrência

Outubro de 2017

Silvia Fagá de Almeida

IBRAC
25 anos

LCA

“When examining a horizontal merger with possible innovation effects, we generally are interested in some version of this question:

Will a merger between two rivals significantly reduce their incentive to innovate? If so, will the merger enhance their ability to innovate sufficiently to offset the reduced incentive?”

Carl Shapiro



“The preinvention monopoly power acts as a strong disincentive to further innovation.”

Kenneth Arrow

Arrow, Kenneth.. “Economic Welfare and the Allocation of Resources to Invention.” In *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*; Princeton, NJ: Princeton University Press. 1962 – p. 362

- ▶ Menor pressão competitiva favorece acomodação e tende a reduzir os incentivos à inovação:
 - Competir é custoso: vantagem conferida pela inovação é maior para empresas em ambientes competitivos
 - Quanto maior o número de firmas engajadas no processo inovativo, maior a probabilidade de se encontrar novas tecnologias



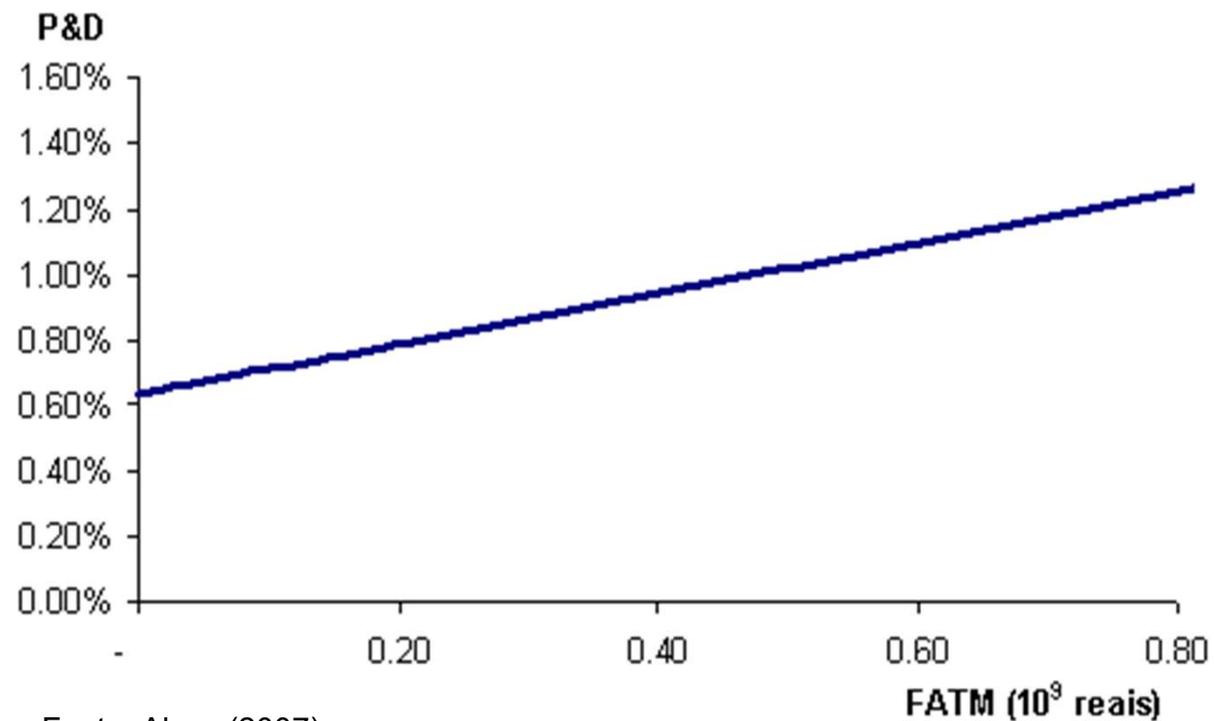
“If we try to visualize how perfect competition works or would work in the process of creative destruction, we arrive at a still more discouraging result.”

Joseph R. Schumpeter

Schumpeter, Joseph. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Routledge. 1942. – p.104

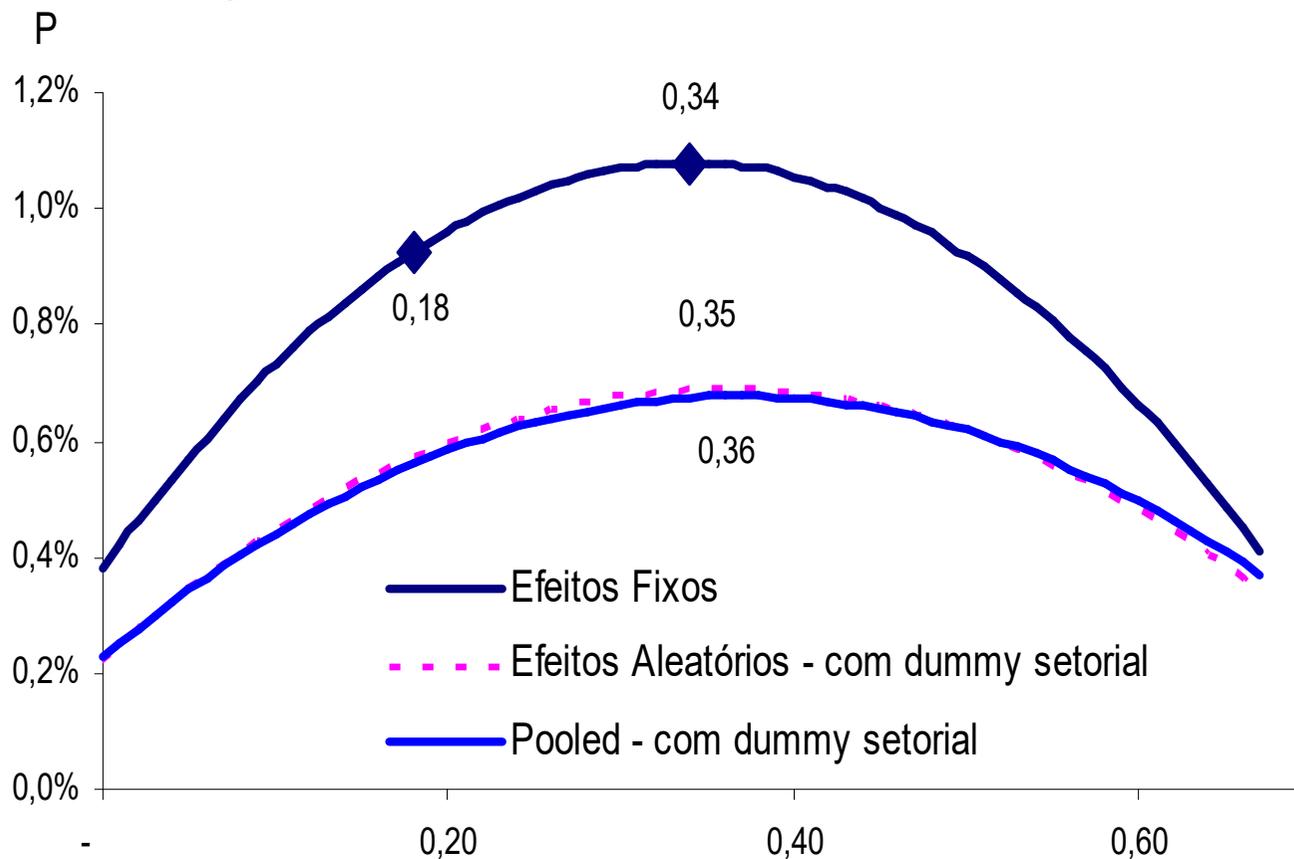
- ▶ Empresas maiores apresentam maior capacidade de gerenciar o risco inerente ao investimento em inovação
- ▶ Concentração pode permitir ganhos de escopo/escala, criando sinergias, aumentando a eficiência do processo de inovação
- ▶ Grandes firmas têm maior retorno devido à dispersão de custos

Relação entre P&D e FATM nos setores brasileiros



Fonte: Alves (2007)

Relação entre P&D e HHI nos setores brasileiros



Fonte: Alves (2007)

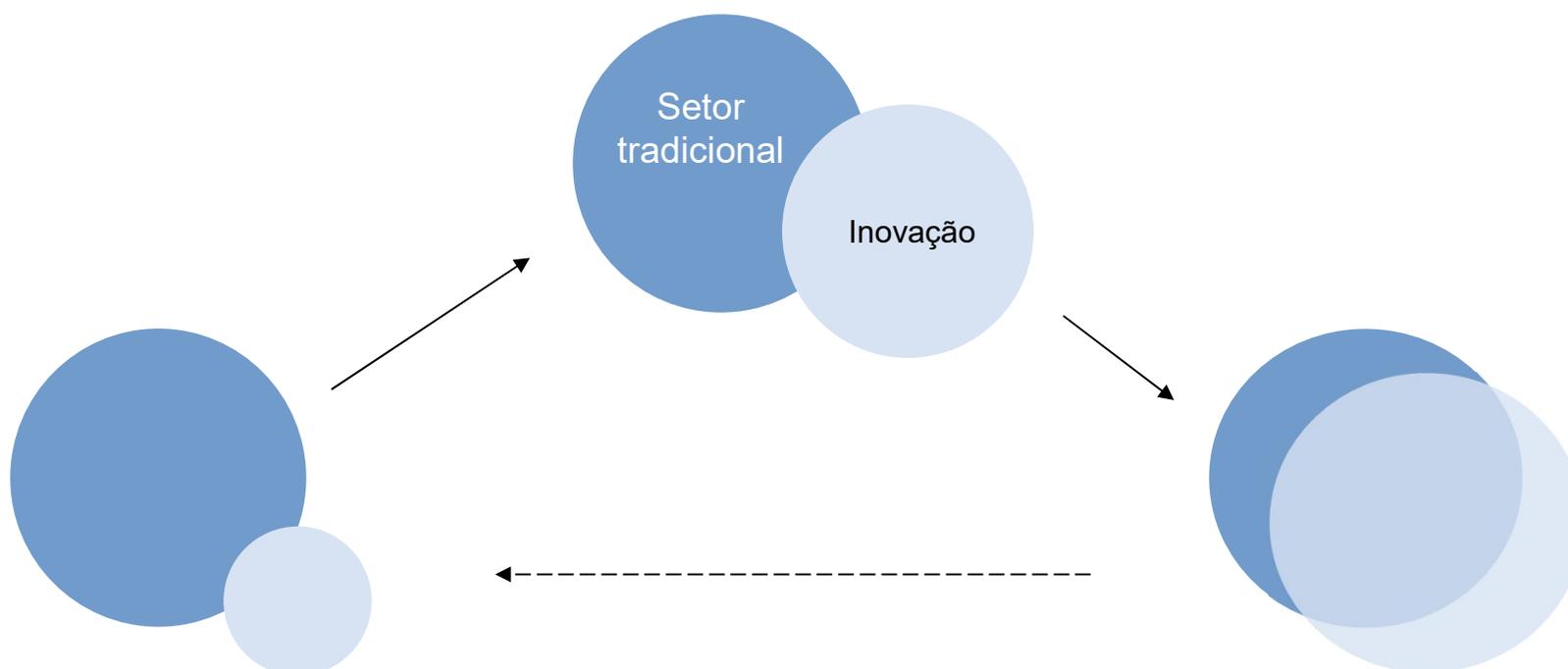
Resultado empírico aponta que “concentração ótima” é em torno de 35%

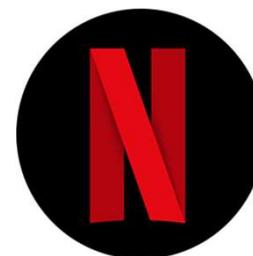
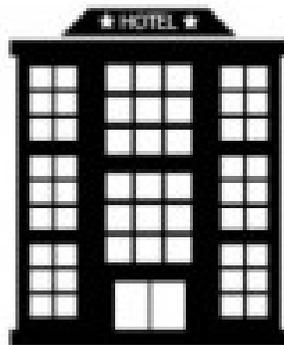
Policymakers should use the tools of static analysis sparingly, if at all. (...) More generally, policy should overturn the presumption that more competitors are always better—the goal is not merely lowering price, but also protecting innovation.

Sidak e Teece

- ▶ Schumpeter: a concorrência é um processo, não um estado
 - Em linha com o processo de “destruição criadora”, as fronteiras dos mercados podem se alterar continuamente
- ▶ *Market share* pode ser indicador bastante impreciso sobre tamanho/poder econômico dos concorrentes, não fornecendo respostas acuradas para análises em mercados dinâmicos
- ▶ Novos modelos de negócio e/ou novos produtos podem exercer influência de preço mesmo sendo substitutos limitados

Substitutibilidade entre novos produtos ou modelos de negócios e mercados tradicionais não é clara, nem estática





Investimento em P&D pode exigir estruturas mais sólidas e complexas

- ▶ Custos irrecuperáveis: investimentos em P&D
- ▶ Investimento em plataformas tecnológicas: economias de escala/escopo
- ▶ *First-mover advantages*: patentes e/ou efeitos de rede
- ▶ Produtos tecnológicos dificilmente são commodities: há elevada diferenciação
 - Custos de mudança: substitutibilidade pode ser limitada
 - Competição pautada no desenvolvimento e lançamento de novos produtos; variável preço pode ganhar importância secundária
- ▶ Competidores devem ser capazes de manter o ritmo de inovação

Dinamismo reforça importância da concorrência potencial

- ▶ Necessidade modesta de capital inicial em determinados mercados: ideia inovadora
- ▶ Uma boa ideia pode ser mais importante do que investimento em P&D
 - E.g. Facebook
- ▶ Entrada pode ser rápida e frequente
- ▶ Competidores potenciais: ameaça constante de uma nova geração de produtos ou serviços
 - Competição imposta por produtos e serviços que ainda não existem
 - Imprevisibilidade de uma nova entrada: líderes ou incumbentes atuam sob constante ameaça de um novo concorrente

- ▶ **Ênfase maior em desempenho, na dimensão inovação, em detrimento de preço**
- ▶ Aumento de preços no curto prazo não indica, necessariamente, ausência de concorrência e prejuízo ao consumidor
 - Consumidor tem disposição a pagar mais por produtos inovadores
- ▶ Competição pautada no desenvolvimento e lançamento de novos produtos
 - Introdução de novos produtos é frequentemente acompanhada por preços elevados, seguida de declínio conforme surgem produtos similares
- ▶ Lucro econômico
 - Resultado de inovação bem-sucedida
 - Tende a ser temporário
 - Lucro econômico é importante para viabilizar investimentos em P&D
 - Não deve ser entendido como evidência de poder de mercado

- ▶ Imprevisibilidade dos impactos da intervenção em mercados dinâmicos exige cautela por parte da autoridade antitruste, evitando sinalização equivocada e negativa para o mercado
 - Falsos positivos pode ter efeito muito prejudicial
- ▶ Intervenção sobre a esfera das inovações é ainda mais complexa do que possível regulação de preços:
 - Inovação não é uma variável objetiva
 - Apresenta muitas particularidades e questões técnicas ligadas a cada setor
 - Impactos futuros são ainda mais incertos



Análise antitruste deve avaliar o efeito líquido de uma operação:

- ▶ Qual é o impacto sobre os incentivos a inovar?
- ▶ Qual é o impactos sobre a capacidade de inovar?

Muito obrigada!