



**18.º SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA**  
08, 09 e 10 de novembro de 2012

**Análise Estática e Dinâmica nos Novos Guias para Análise de  
Concentração: Uma foto do presente ou um filme sobre o futuro?**

**Ricardo Machado Ruiz**  
Conselheiro do CADE

Hotel Jequitimar, Guarujá - São Paulo

- PAINEL 3 -

## ANÁLISE ESTÁTICA E DINÂMICA NOS NOVOS GUIAS PARA ANÁLISE DE CONCENTRAÇÃO ECONÔMICA: UMA FOTO DO PRESENTE OU UM FILME SOBRE O FUTURO?

**Descrição do painel:** O CADE anunciou que deve emitir três novos Guias, para análise de: (1) Concentrações Horizontais com Produtos Homogêneos, (2) Concentrações Horizontais com Produtos Diferenciados e (3) Concentrações Verticais. Este Painel discutirá os novos testes para avaliar efeitos unilaterais e coordenados, o diálogo dos novos Guias com as novas *Guidelines* publicadas pelo DOJ e a FTC e o embate entre a análise estática e dinâmica do mercado.

## Informes sobre Guias

Estão planejados os seguintes guias:

1. Guia de Atos de Concentração Horizontal
2. Guias de Atos de Concentração Vertical
3. Resolução de Contrato Associativo
4. Guias de Conduitas Seleccionadas

**Grupo de Trabalho:** Ricardo Machado Ruiz, Elvino de Carvalho Mendonça, Eduardo Pontual, Alessandro Octaviani, Victor Silva, Camila Alves, Alexandre Henriksen.

## GUIA DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL

### PRINCIPAIS TEMAS E DISCUSSÕES:

- 1 – ESTRUTURA INDUSTRIAL E ESTRATÉGIAS
- 2 – DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE
- 3 – PARTICIPAÇÃO DE MERCADO E CONCENTRAÇÃO
- 4 – RIVALIDADE E EFEITOS UNILATERAIS
- 5 – ANÁLISE DOS EFEITOS COORDENADOS
- 6 – PODER DE COMPRA E RELAÇÕES VERTICAIS
- 7 – CONDIÇÕES DE ENTRADA
- 8 – EFICIÊNCIAS ECONÔMICAS
- 9 – AVALIAÇÃO FINAL DO ATO DE CONCENTRAÇÃO

## 1 – ESTRUTURA INDUSTRIAL E ESTRATÉGIAS

- **A sistematização das informações. Perspectiva geral do ato de concentração.**
- **Tipo de estrutura de mercado:** concorrência perfeita, concorrência imperfeita, oligopólio homogêneo ou diferenciado, oligopsônio homogêneo ou diferenciado etc.
- **Padrão de concorrência.** Organização produtiva. Determinantes estruturais.
- Variedade de estratégias e seus determinantes. Assimetrias entre firmas.
- **Evolução recente da indústria: estrutura e mudanças na indústria (-5 anos).**
- Entradas e saídas. Impactos externos e rupturas estruturais etc.
- Mudanças tecnológicas.
- **Empresas líderes e posição das requerentes.** Estrutura de ativos, estratégias, clientelas. Estratégias empresariais, capacitações tecnológicas e organizacionais específicas das líderes e requerentes. Políticas públicas e regulação setorial.
- **Impactos do ato de concentração. Efeitos positivos e negativos (+5 anos).**

## 2 – DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

- **Descrição das linhas de produtos concorrentes e substituição.**
- Condições para importação e para exportação.
- Custo de transporte.
  
- **Mobilidade de consumidores, de produtores e de produtos.**
- Barreiras tarifárias, regulatórias ou de qualquer natureza.
- **Delimitação geográfica do mercado relevante.**
  
- **Dimensionamento do mercado relevante.**
- Taxas de crescimento do mercado recente (-5 anos) e projetada (+5 anos).
- Diferenciação e segmentações no mercado relevante.
  
- Identificação, segmentação e hierarquização de **consumidores ativos.**
- Identificação, segmentação e hierarquização de **concorrentes ativos.**
  
- **Identificação das sobreposições horizontais, verticais e/ou complementares.**

### 3 – INDICADORES DE PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

- Identificação das variáveis/unidades e aderência ao caso em análise.
- Identificação e localização das unidades de produção nos mercado relevantes.
- Índices de concentração antes e depois da operação: Cr, C4, HHI, variação de HHI e outras medidas de concentração.
- **Estimativa de participação de produtores com mais de 5% de participação.**
- Dimensionar a franja industrial (firmas com menos de 5%).
- **Estimativa de participação de consumidores mais de 5% de participação.**
- Dimensionar a franja de consumidores (consumidores com menos de 5%).
- Há **estabilidade nas participações** de mercado de empresas dominantes (-5 anos)?
- Há **estabilidade nas participações** de mercado de consumidores dominantes (-5 anos)?

## 4 – RIVALIDADE E EFEITOS UNILATERAIS

- Contestabilidade, escopo produtivo e substituição de produtos.
  - **Escopo produtivo e adaptabilidade da oferta.**
  - **Substituição de produtos e adaptabilidade da demanda.**
  
  - Caracterização de **consumidores ativos**; foco preferencial nas líderes e +20%.
  - Caracterização de **concorrentes ativos**; foco preferencial na líderes e +20%.
  - **Assimetrias e simetrias entre concorrentes. “Proximidade” concorrencial.**
  - Capacidade produtiva e ociosa. Tempo para ampliação da oferta.
  - Sistemas de distribuição e comercialização.
  - Os contratos predominantes e típicos da indústria.
  
  - Produtos homogêneos ou diferenciados?
  - Os determinantes da concorrência: preços e outras formas de concorrência.
  - Insuficiência da participação como indicador de rivalidade.
  - **Identificação de fatores chaves de rivalidade e sucesso competitivo.**
- Avaliação geral dos determinantes do poder de mercado e efeitos unilaterais.



## 5 – ANÁLISE DOS EFEITOS COORDENADOS

- **Importância de empresas líderes e da franja industrial.**
  - Escopo produtivo e adaptabilidade da oferta.
  - Substituição de produtos e adaptabilidade da demanda.
  
  - **Entrada e saída de empresas.**
  - **Estabilidade** de capacidade produtiva, de clientelas e da tecnologia.
  - Tempo para ampliação de capacidade produtiva.
  
  - Observar as **similaridades ou diferenças** entre as empresas e consumidores.
  - Diferenças de custos, insumos, fornecedores, distribuidores, clientela, tecnologias de produtos e processo.
  
  - **Mecanismos de monitoramento da concorrência e transparência de informações.**
  - Capacidade de retaliação das empresas a desvios de comportamento.
  - **Relações diretas e indiretas entre as empresas.**
- Avaliação dos efeitos coordenados.

## 6 – PODER DE COMPRA E RELAÇÕES VERTICAIS

- **Integração vertical, quase-integração e contratualização.**
- Frequência e montante das trocas verticais a montante e jusante.
- Caracterização dos principais consumidores e fornecedores.
- Identificação e hierarquização de consumidores e fornecedores.
- Níveis de concentração de agentes a montante e a jusante.
- Rede de fornecedores e de serviços utilizados e/ou disponíveis.
- Redes de distribuição e de serviços utilizados e/ou disponíveis.
- Possibilidade de substituição de fornecedores e distribuidores.
- Entrada de novos fornecedores e distribuidores.
- Custos de transferência para fornecedores, distribuidores e consumidores.
- **Avaliação do poder de mercado de fornecedores, distribuidores e consumidores.**

## 7 - CONDIÇÕES DE ENTRADA

- **Elaboração e análise de projetos (nova capacidade e nova firma).**
- Investimento, fluxo de caixa, estrutura de capital, rentabilidade, VPL, TIR etc.
- Identificação e hierarquização de concorrentes potenciais.
- Identificar as barreiras à entrada de novos ofertantes, firmas ou produtores.
  
- Ativos tangíveis e tecnologias. Importância de ativos tangíveis e intangíveis.
- Custos irrecuperáveis.
- Acesso a insumos, fornecedores distribuidores.
- Acesso a infraestrutura pública ou privada (transporte, comunicação, energia etc).
  
- Economias de Escala e Economias de Escopo.
- Escala Mínima Técnica e Escala Mínima Viável.
- Preferência dos consumidores (diferenciação, marcas, customização etc)
  
- **Tempo para entrada. Entradas e saídas nos -5 anos.**
- Fragilidades competitivas das saídas. Vantagens competitivas das entrantes.
- **Quais incentivos à entrada?**

## 8 – EFICIÊNCIAS ECONÔMICAS

- Identificação das eficiências econômicas totais da operação.
- **Identificação das eficiências econômicas específicas da operação.**
- Caracterização e dimensionamento das eficiências em termos de custos, quantidade produzida, variedade de produtos, redução de ociosidades, redundâncias etc.
- Impactos nas empresas (rentabilidade, faturamento, produção, emprego etc).
- Tempo para efetivação das eficiências.
- Investimentos complementares.
- Oferta para novos consumidores?
- Oferta para novos mercados?
- Novos produtos?
- Novos processos?

## 9 – AVALIAÇÃO FINAL DO ATO DE CONCENTRAÇÃO

- **Cenário 1:** Tendo como referência a análise acima, descreva a provável configuração futura dos mercados relevantes sem a operação.
  
- **Cenário 2:** Tendo como referência a análise acima, descreva a provável configuração futura dos mercados relevantes com a operação.
  
- **Avalie o impacto da operação nestes dois contextos.**
- **Identifique e hierarquize os impactos negativos e positivos da operação.**
  
- Impactos na produtividade do trabalho?
- Nível de emprego?
- Geração de renda? Salários? Lucro? Excedente Econômico?
- Impactos nos preços?
- Distribuição de ganhos para os consumidores?
- Impactos na variedade de produtos?
- Impactos na quantidade e qualidade ofertada?



**18.º SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA**  
08, 09 e 10 de novembro de 2012

**Análise Estática e Dinâmica nos Novos Guias para Análise de  
Concentração: Uma foto do presente ou um filme sobre o futuro?**

**Ricardo Machado Ruiz**  
Conselheiro do CADE

Hotel Jequitimar, Guarujá - São Paulo