

A OUTRA LÂMINA DA TESOURA - CONSIDERAÇÕES SOBRE A OFERTA NA DEFINIÇÃO DE MERCADO RELEVANTE⁴¹

Alexandre Gheventer⁴²

Sumário: 1. Introdução. 2. Definição de mercado relevante e substituíbilidade da oferta. 3. Considerações finais.

Introdução

Marshall dizia, em sua obra *Principles of Economics*, que oferta e demanda são como as lâminas de uma tesoura: assim como não é possível afirmar qual a lâmina que corta o papel, da mesma forma é impossível estabelecer qualquer precedência teórica ao custo ou à utilidade na determinação do preço e da quantidade no mercado. É claro que, constatava o célebre economista, a demanda exerce uma influência bem mais forte a curto prazo, ao passo que a oferta tende a intensificar seus efeitos a longo prazo, quando a estrutura produtiva e tecnológica está sujeita a mudanças.

Porém, é importante registrar que os conceitos de curto e longo prazo tem pouco a ver com cortes temporais. Em diversas situações de mercado, a flexibilidade produtiva ou o dinamismo tecnológico são fatores que permitem a oferta responder rapidamente às alterações daqueles elementos que normalmente os manuais de economia consideram *ceteris paribus* - preferências do consumidor, tamanho do mercado, etc.

A jurisprudência norte-americana de defesa da concorrência tende a definir o mercado relevante hierarquizando uma das lâminas da tesoura, a demanda, reservando as considerações de oferta a um momento posterior desta definição, como um refinamento da análise. Esta orientação está explícita, por exemplo no *Horizontal Merger Guidelines*: “Market definition focuses solely on demand substitution factors - i.e, possible consumer responses. Supply substitution factors - i.e, possible production responses - are considered else-

⁴¹ Agradeço, em especial, aos srs. Pedro Dutra e César Alves de Mattos, que contribuíram, com suas sugestões, para o aperfeiçoamento deste artigo.

⁴² Economista, Mestre em Economia (IEI/UFRJ), Mestre em Ciência Política (IUPERJ), Alexandre Gheventer é integrante da carreira de Especialistas em Políticas Públicas e Gestão Governamental e assessor do CADE.

where in the Guidelines in the identification of firms that participate in the relevant market and the analysis of entry”⁴³.

Este estudo tem por objetivo sugerir, por razões teóricas e práticas, que uma definição apropriada de mercado em uma eventual proposta de diretrizes para atos de concentração, diferente do guidelines americano, deve considerar as possibilidades de substituíbilidade da oferta e da demanda. Não há razão para se delimitar qualquer hierarquia conceitual entre estes dois elementos na análise antitruste. Além disto, na prática, as definições de mercado relevante nos atos de concentração julgados pelo CADE, são feitas caso-a-caso, privilegiando, ora a ótica da demanda, ora a oferta⁴⁴.

A seguir serão revistas, ainda que sumariamente, algumas observações teóricas presentes no debate sobre o papel da oferta na definição e na análise do mercado relevante, bem como uma breve avaliação sobre o tratamento da substituíbilidade da oferta nas diretrizes canadenses e australianas para análise de atos de concentração e suas possíveis contribuições para a constituição de um guidelines brasileiro.

Definição de mercado relevante e substituíbilidade da oferta

A definição de mercado relevante está intimamente relacionada com o conceito de poder de mercado. Nos três guidelines analisados⁴⁵, o mercado relevante para a análise de defesa da concorrência é definido como uma área geográfica, onde atuam consumidores e produtores em função de algum bem ou serviço (ou conjunto de bens ou serviços) durante um período de tempo. A delimitação das fronteiras destas três dimensões - geográfica, produto e temporal⁴⁶ - se

⁴³ *Horizontal Merger Guidelines*; U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission; 1992, revisto em abril de 1997; pag.4. Considerações sobre a análise de fusões e aquisições no EUA foram feitas por Coate, Malcolm B & Rodriguez, A.E; *The Economic Analysis of Mergers*; Center for Trade & Commercial Diplomacy; Monterey Institute of International Studies; Monterey, California; March 1997. Os argumentos favoráveis a esta orientação normativa foram levantados no artigo de Salgado, Lucia Helena; “O Conceito de Mercado Relevante”; *Revista de Direito Econômico*; Brasília, ago./dez. 1997; pag. 37/46.

⁴⁴ Embora, no último caso, em menor proporção.

⁴⁵ Estados Unidos, Canadá e Austrália

⁴⁶ Existe também a dimensão funcional, explicitamente considerado nas diretrizes australianas: “*delineation of the relevant functional market requires identification of the functional level (s) at which the merged firm will operate and close substitution*

processa por meio de um exercício: o poder de um hipotético monopolista em impor e sustentar um significativo e não transitório aumento de preços sobre níveis que prevaleceriam na ausência deste monopólio⁴⁷.

Note-se que o mercado relevante não é apenas um espaço onde se relacionam compradores e vendedores/produtores, mas um campo de rivalidade entre concorrentes. Assim, as decisões de preços e quantidades da firma depende não somente dos impulsos psíquicos e da capacidade de reação dos consumidores frente a aumentos de preços, mas também das possíveis respostas dos concorrentes ou potenciais concorrentes. A abrangência destas reações depende do grau de substituíbilidade da demanda e da oferta do produto, cuja estimativa razoável são seus respectivos graus de elasticidade:

1) Elasticidade da demanda⁴⁸. Quanto mais elástica for a curva de demanda do produto, menor a capacidade de uma hipotética firma monopolista em definir o preço acima do custo marginal. Se a demanda for elástica pode ser, embora não necessariamente, um sinal da existência de produtos substitutos. Repare que a sensibilidade do consumidor às variações de preços pode derivar, por exemplo, da simples razão do bem ser supérfluo.

A forma usual de se medir o efeito-substituição entre dois produtos é mediante cálculos de elasticidade-cruzada. Obviamente, a precisa captação do efeito-

*possibilities, either product and/or geographic, at another functional level (not **between** functional levels) which constrain the merged firm from imposing a significant increase in price, or equivalent exercise of market power.*

In relation to product substitution, this primarily involves consideration of the extent to which vertically integrated suppliers constrain the price and output decisions of non-integrated suppliers.(...) In relation to geographic substitution, it is also necessary to consider whether the geographic markets in which the customers of the merged firm supply their output are broader than the geographic area in which the merged firm operates; and the extent to which downstream suppliers from different geographic areas constrains the upstream pricing of the merged firm” (Australian Merger Guidelines)

⁴⁷ A definição de mercado relevante está circunscrita nos limites no qual o poder, a ser obtido com a integração, pode ser convertido em abuso. Tem assim, um caráter preventivo. Note que o poder em si não é ilegítimo, mas é sempre condição prévia para o abuso, este sim, o real objeto de análise do órgão de defesa da concorrência. Ver, por exemplo, Dutra, Pedro; A Concentração do Poder Econômico - Aspectos Jurídicos do Art. 54, da Lei 8.884/94; *Revista do IBRAC*; vol. 3; n° 8; agosto/96; pag. 11.

⁴⁸ Do produto em comum às duas firmas que fizeram a integração/fusão.

substituição exigiria pesquisas de preços e estudos econométricos, o que nem sempre é possível. Estas dificuldades, somado às especificidades históricas da economia brasileira, que como lembra Salgado⁴⁹, passou por mudanças radicais, associados a anos de inflação acelerada seguido do período de estabilização, inviabiliza, em geral, este método. A alternativa tem sido a ênfase em aspectos qualitativos, consultando o mercado a respeito dos possíveis substitutos.

2) Elasticidade da Oferta. Quanto mais sensível for a oferta do produto aos aumentos de preços da firma, menor o seu poder de mercado. Caberia, neste caso, prever o quanto poderia ser imediatamente redirecionado à fabricação do produto, sem que isto implicasse em novos investimentos em plantas ou aumento de capacidade, bem como em custos de natureza irrecuperável. O quadro abaixo procura retratar as quatro situações possíveis que emergem das relações entre a oferta e a demanda.

SUBSTITUIBILIDADE DA DEMANDA

		Alta	Baixa
SUBSTITUIBILIDADE DA OFERTA	Alta	A	B
	Baixa	C	D

Na situação D, devido aos baixos graus de substituíbilidade da demanda e da oferta, não há dificuldades em se definir o produto relevante, que é o próprio produto em comum produzido pelas firmas que realizaram a integração horizontal. É também, por motivos óbvios, a situação que inspira maior cuidado por parte das autoridades de defesa da concorrência.

Na situação C, embora a oferta seja inelástica no curto prazo devido ao seu baixo grau de substituíbilidade, os consumidores do produto-objeto da fusão/integração podem encontrar outras alternativas. Claramente, neste caso, a definição de mercado relevante deve privilegiar a ótica da demanda.

⁴⁹ Salgado, Lucia Helena; *Análise Econômica de Atos de Concentração Horizontal*; mimeo.; pag. 7; Brasília, 1998.

As situações A e B nos dizem que a oferta do produto comum às empresas é flexível no curto prazo. Havendo um eventual aumento de preços, outros produtores serão estimulados à rápida conversão de parte de sua produção para este mercado, devendo, por isto, ser incorporada na definição de mercado relevante. De fato, haverá ocasiões em que esta definição dependerá exclusivamente da ótica da oferta (situação B).

Examinando as situações acima, é razoável afirmar que na economia política aplicada à defesa da concorrência uma das lâminas marshallianas pode ser mais afiada do que a outra. Mas não necessariamente será a demanda. Dependerá de um diagnóstico acurado dos graus de elasticidade⁵⁰.

Em um caso recentemente analisado pelo CADE, em que teve como interessadas a Companhia Siderúrgica Belgo-Mineira e a Dedini S.A. Siderúrgica⁵¹, apesar do baixo grau de substituíbilidade na demanda, foi reconhecida a existência de considerável grau de substituíbilidade na produção de aços longos. Segundo o Conselheiro-Relator Marcelo Monteiro Soares “uma eventual caracterização do mercado relevante com demasiada ênfase na demanda, ou seja, centrado basicamente na utilização do produto e em sua substituíbilidade, resultaria em um “relevant market” muito restrito, não se apresentando, a meu ver, tecnicamente de forma precisa e suficiente”. Igualmente expressivo foi o voto da Conselheira Neide Mallard. Embora reconheça que o consumidor não tivesse alternativas de produto, a conselheira concluiu que “ a insubstituíbilidade, porém, só opera como fator de exclusão da concorrência quando é, também, insubstituível o vendedor. Havendo alternativas do lado da oferta, o consumidor não buscará o produto alternativo, mas o vendedor alternativo”. E mais adiante: “não obstante a segmentação do mercado, em relação a cada

⁵⁰ É interessante perceber que as elasticidades-preço são um instrumento de previsibilidade de ações futuras, e são baseadas em dados empíricos e pressupostos comportamentais dos agentes econômicos. A elasticidade, assim, permite criar prognósticos sobre o comportamento futuro do mercado e a possibilidade de conversão de um concorrente potencial em efetivo em um futuro próximo, preenchidas certas condições. Como afirmam Del Chiaro & Schuartz, “o conceito de mercado relevante está construído sobre a base de uma demanda e oferta não reais, mas potenciais (...). Isto significa que a questão fundamental não é saber se o agente A *efetivamente* compete com o agente B, mas sim se este último *competiria* com aquele, caso determinadas condições fossem preenchidas” (José Del Chiaro Ferreira da Rosa e Luiz Fernando Schuartz; “Mercado relevante e defesa da concorrência” ; *Revista de Direito Econômico* Brasília,out./dez. 1995; pag. 67.

⁵¹ A.C. 14/94

um dos produtos, há uma certa integração das linhas de produção, que permite aos fabricantes de um produto, com alguma facilidade, mudar a sua linha, para atender a um outro segmento de mercado”.

A flexibilidade na oferta pode ser entendida de duas formas. A primeira diz respeito à identificação das fontes alternativas e insumos/matérias-primas e a avaliação do grau de substituíbilidade técnica e econômica. Este tipo de análise é comum em atos de concentração que tenham impactos verticais.

A segunda forma, no caso de atos de concentração horizontais, refere-se à disposição do agente econômico em desviar parcialmente sua produção do produto A, em razão de um hipotético aumento significativo do preço do produto B. Nos Estados Unidos, na maior parte dos casos, é usado um percentual de 5%, como referência ao exame de um “pequeno, porém significativo e não transitório” aumento de preços. Suponha que um aumento de 5% possa gerar um “prêmio” de ganho de participação no mercado B para o fabricante do produto A. Sua decisão dependerá de três elementos:

a) custos de transformação (switching costs). O redirecionamento da produção de um bem para outro, em geral implica em custos. No caso de serviços, pode significar, por exemplo, o re-treinamento de pessoal. Na indústria, os custos de transformação incluem adaptações do processo produtivo, da distribuição, marketing, de contratos de fornecimento, de novos procedimentos, etc. Por outro lado, os custos de transformações podem ser minimizados, se houverem facilidades⁵² que possam ser adaptadas para produzir o produto relevante.

b) custos derivados do desvio de seu “core bussines”. Ao benefício gerado pela transferência (parcial ou não) de sua produção deve ser contrabalanceado pelo custo de uma possível perda de posição no seu mercado original, devido

⁵² Por exemplo, o produtor de camisas pode produzir calças em razão das facilidades advindas do processo produtivo e da rede de distribuição. No caso do AC 14/94, o que diferencia a produção de fio-máquina ou vergalhão em rolo e barras redondas ou vergalhões em barra está apenas no tipo de equipamento para o produto final, uma vez que durante todo o processo de produção até o momento da laminação, estes produtos passam pelas mesmas fases. “Assim, seria fácil para uma empresa já instalada redirecionar a fabricação de um produto para outro, o que ocorreria num período relativamente pequeno, a variar de poucos meses a um ano” (voto da Conselheira Neide Mallard).

à perda de parte sua carteira de clientes (supondo não haver capacidade ociosa), o que afeta negativamente a lucratividade presente e futura da firma.

c) peso dos custos irrecuperáveis (sunk costs). Este conceito está intimamente relacionado com a idéia de especificidade dos ativos necessários para a produção do produto substituto. É diferente do conceito de custos de transformação porque não se trata da reconversão de parte da capacidade de produção para outro mercado, mas da necessidade de inversões e de outros custos de natureza irrecuperável. Dificilmente alguma indústria não possui algum tipo de custo irremediavelmente enterrado (tradução literal do termo sunk). Se forem significativos, não haverá entrada do produto substituto a curto prazo, devendo este ser analisado na etapa da análise que trata das condições de entrada.

Visto de outra forma, se o fabricante do possível produto substituto exerce posição dominante no seu mercado originário, o desvio parcial da produção implicará em diminuição das quantidades ofertadas, aumento do preço, e portanto, aumento da taxa de lucro, o que o incentivaria a retornar ao seu core bussines, sob o risco de ter sua posição de domínio contestada por concorrentes potenciais.

As dificuldades assinaladas explicam o conservadorismo do guidelines norte-americano, que prefere computar os produtos ofertantes substitutos em um momento posterior da análise, na fase em que são identificados os participantes do mercado. Porém, é importante diferenciar capacidade produtiva em uso de capacidade ociosa. Como afirma Salomão Filho, a primeira “é a mais difícil de ser redirecionada, em função dos custos resultantes dessa operação (sobretudo o custo de oportunidade)”⁵³. Já em relação à segunda “pode-se formular uma presunção em sentido exatamente inverso, ou seja, em ausência de expressa demonstração da existência de barreiras à entrada é conveniente simplesmente incluir toda a capacidade ociosa no mercado relevante”⁵⁴. Tratamento analítico semelhante é proposto quando se trata de produção cativa, uma vez que nestes casos, não há custo relativo perda do good will correspondente à perda de mercado resultante do desvio de parte de seus insumos para a produção do novo produto.

⁵³ Salomão Filho, Calixto. *Direito Concorrencial - As Estruturas*; Malheiros Editores; 1ª edição; São Paulo; 1988; pag. 101

⁵⁴ Idem.

Assim, se a lucratividade esperada com o desvio da produção, motivado por um hipotético aumento em 5% do preço do produto no mercado onde foi feita a fusão, for superior ao lucro das vendas do produto alternativo menos o custo de transformação, então é recomendável a inclusão das capacidades ociosas e cativas dos produtos ofertantes substitutos na definição de mercado relevante.

A função de utilidade do produtor é orientada pela lucratividade presente e futura decorrentes de suas ações. Estas restrições à flexibilidade da oferta no curto prazo, em particular em razão da óbvia relutância do produtor em reverter sua capacidade produtiva em uso, ainda não justifica uma superioridade conceitual da demanda na delimitação de mercado relevante. Esta, é bom lembrar, também sofre restrições no curto prazo, por razões objetivas - necessidades biológicas ou estrutura de distribuição, por exemplo - ou subjetivas - hábitos e costumes⁵⁵.

A rigor, para que fosse construído um sistema coerente de análise econômica dos atos de concentração, dever-se-ia considerar que apenas parte dos consumidores do produto-objeto do ato de integração avaliarão que este é substituível pelo hipotético produto substituto⁵⁶. O que é similar à afirmação, no lado da oferta, que parte da produção ofertante alternativa não poderá ser redirecionado para aquele mercado, devido às considerações sobre a capacidade produtiva utilizada. De um lado, o ofertante levará em conta as razões que influenciam sua taxa de lucratividade, de outro, a flexibilidade da demanda no curto prazo é restringida por fatores como hábitos, lealdade à marca, distância, etc. A consideração da totalidade da demanda dos produtos substitutos e parcial dos substitutos da oferta não deriva de razões como “soberania do consumidor”, mas simplesmente da relação custo/benefício da coleta de informações sobre a demanda na análise dos atos de concentração, devido às dificul-

⁵⁵ Um crítica comum ao racionalismo econômico é que o indivíduo tomaria cursos de ação determinados pelo hábito, impulsos e desvios psicológicos. Segundo Hayek, o homem é um animal que segue normas, uma vez que há limites intransponíveis para a racionalidade. Não é possível prever, de forma cartesiana, as conseqüências de médio e longo prazo das decisões individuais. No caso em pauta, significa dizer que apenas uma parte dos consumidores será orientado por um racionalismo econômico *strictu sensu*, isto é, será sensível no curto prazo aos estímulos de preços (tomando por hipótese a existência de produtos substitutos). Ver Hayek, F. . *Direito, Legislação e Liberdade*. São Paulo, Ed. Visão, 1985

⁵⁶ Ou alternativamente, no caso de queda do preço, apenas a parcela das demandas dos produtos substitutos se deslocarão para o produto que sofreu esta queda de preços, mas nunca a totalidade destas demandas.

dades técnicas em se desagregar a parcela dos consumidores que de fato se deslocariam para o produto substituto em razão das variações de preços⁵⁷.

Nas diretrizes australianas, embora a substituíbilidade da demanda exerça papel preponderante, na prática as autoridades de defesa da concorrência tem incorporado considerações de oferta na definição de mercado relevante: “ In practice, the Commission accepts that consideration of supply side factors has played a greater part in the process of market definition undertaken in some Commission decisions and in decisions of the Courts”. E mais adiante, Where supply side substitutes are to be included in the process of defining a relevant market, the Commission will consider the technical feasibility of switching production and the associated costs; the marketing effort and expense involved in establishing a credible (and profitable) position as a supplier to the market; and the degree to which any supply side substitution has occurred in the past “⁵⁸.

Nas diretrizes canadenses, os competidores potenciais capazes de fabricar o produto relevante adaptando suas facilidades são, em geral, incluídos na definição de mercado relevante. Há duas exceções a esta regra:

- i) such a seller would likely encounter significant difficulty distributing or marketing the relevant product; or
- ii) new production or distribution facilities would be required to produce and sell on a significant scale⁵⁹.

Sob estas circunstâncias, as considerações de oferta são incorporadas em uma etapa subsequente, quando são avaliadas as possibilidades de entrada.

QUADRO COMPARATIVO - EUA, Austrália e Canadá

EUA	Austrália	Canadá
Considera somente a ótica da demanda na	Formalmente, somente a demanda é considerada	Incluiu , explicitamente em suas diretrizes, a

⁵⁷ Trata-se da dificuldade em se estimar a elasticidade da demanda, como visto anteriormente.

⁵⁸ Commerce Commission Business Acquisitions Guidelines - 1996; pag. 12. Ver também *Australian Merger Guidelines* (disponível na Internet).

⁵⁹ Merger Enforcement Guidelines - Director of Investigation and Research; *Competition Act*; Canadá; 1991; pag. 13.

definição de mercado relevante, reservando as considerações de oferta na fase em que são identificados os competidores e suas participações (market-share) ou nas possibilidades de entrada	na definição de mercado relevante. Porém, na prática, as autoridades e os Tribunais tem incorporado, em diversas situações, considerações sobre a oferta nesta definição.	substituibilidade da oferta como parte da definição de mercado relevante, constatada a existência de facilidades, e exceptuando-se quando há dificuldades na distribuição ou marketing, ou quando o novo produto requer produção e vendas em grande escala.
---	---	---

Considerações finais

Procuramos demonstrar ao longo deste estudo que não existem fundamentos, do ponto de vista teórico, que justifiquem alguma prioridade da substituibilidade da demanda sobre a substituibilidade da oferta na definição de mercado relevante. Se na prática, esta hierarquização tem acontecido, a razão não está no predomínio de alguma ideologia utilitarista das autoridades de defesa da concorrência, mas sim na dificuldade de recolher e sistematizar dados quantitativos de mercado, em especial, de demanda. É, aliás, interessante observar que a resistência em se incorporar a substituibilidade da oferta na definição de mercado relevante deve-se a dois motivos:

Em razão da maior disponibilidade de dados técnicos e simplicidade do processo de consulta junto aos produtores vis-à-vis consumidores, é muito mais fácil desagregar seus vários componentes e delimitar mais precisamente os limites da flexibilidade da oferta. Na demanda, predominam avaliações qualitativas e generalizantes. Os dados sobre elasticidade-preço ou elasticidade-cruzada, quando existentes, não apenas são agregados (ou seja, uma média comportamental de todos os consumidores), como não consideram comportamentos de curto prazo e longo prazo. Assim, a tendência é incluir toda a demanda e seus substitutos e restringir considerações sobre a oferta na definição de mercado relevante. Este fenômeno não reside em uma suposta crença na

soberania do consumidor⁶⁰, mas resulta de uma atitude cautelosa por parte das autoridades antitruste, em função de uma limitação cognitiva estrutural⁶¹.

Porém, como foi ressaltado anteriormente, em diversas situações concretas não somente é factível a inclusão da substituíbilidade da oferta na definição de mercado relevante, como é a melhor do ponto de vista técnico. Isto tem se verificado, por exemplo, nos atos de concentração concernentes ao setor siderúrgico. Eis por que, parece-me mais adequada uma perspectiva que integre os dois planos de análise. Sugerimos, pois, os seguintes passos sequenciais:

- 1) Definição do mercado relevante - possibilidades de substituíbilidade da demanda e da oferta.
- 2) Identificação dos participantes e de suas respectivas frações de mercado.

A primeira etapa não se confunde com a segunda. A inclusão da substituíbilidade da oferta na definição de mercado relevante não implica em duplicidade de esforços nas duas etapas. Na verdade, para que haja uma correta determinação dos participantes e de seus respectivos market-shares, é necessário, preliminarmente, que se definam os produtos substitutos na demanda e na oferta e das respectivas parcelas destes substitutos que se agregarão ao mercado relevante. Sem tal procedimento, as duas etapas serão inconsistentes entre si, considerando que o valor sobre o qual serão calculados as participações de mercado das empresas identificadas na etapa 2, será o valor agregado do produto relevante definido na etapa 1.

Por fim, é fundamental diferenciar facilidade de entrada - relacionada com o grau de substituíbilidade da oferta no curto prazo, de possibilidade de entrada - aplicável na avaliação dos efeitos potencialmente anti-competitivos de mé-

⁶⁰ Muito embora a existência de substituíbilidade na oferta garante, ainda que indiretamente, o bem-estar do consumidor, ao disciplinar as pretensões da empresa estabelecida em aumentar preços, sob o risco de perder parte de sua clientela.

⁶¹ Outro argumento possível é que a cautela também se deve à complexidade das possíveis interações estratégicas entre concorrentes. A despeito dos avanços da teoria dos jogos e de suas variantes (refinamentos dos jogos de Cournot e Bertrand, jogos com informação perfeita, imperfeita e assimétrica, jogos envolvendo reputação e barganha, etc.), seu uso pela agência de defesa da concorrência é mínimo, não apenas porque este tipo de estudo está na fronteira da pesquisa acadêmica, como exigiria um corpo técnico altamente especializado em economia industrial. Sua absorção na análise econômica dos atos de integração, embora importante, ainda é, naturalmente, incipiente.

dio e longo prazo criados pela concentração do poder econômico. O primeiro caso refere-se às possibilidades de uma nova firma converter fácil e rapidamente parte de sua capacidade produtiva na produção do produto substituto. Trata-se, assim, de um limite interno às empresas. O segundo caso diz respeito ao poder das firmas já estabelecidas, decorrente de uma estrutura de mercado específica, em criar barreiras à entrada contra concorrentes potenciais⁶².

O guidelines australiano define que “where substitution requires significant new investment by producer or consumers, these sources of competition will not be included in the relevant market, but will be considered under market entry”. Penso que também deva haver uma atenção quanto ao tipo de investimento necessário. A inclusão da oferta no conceito de mercado relevante pressupõe que as capacidades produtivas dos ofertantes substitutos estão inalteradas e podem adaptar-se a curto prazo. A sua possível exclusão envolve uma apreciação dos custos de transformação⁶³ e dos custos irrecuperáveis (switching costs e sunk costs). Portanto, não se trata apenas de “significantes novos investimentos”, mas também da avaliação da natureza dos mesmos: investimento em criação/expansão de capacidade produtiva em contraposição ao investimento em reconversão desta capacidade.

⁶² Bain identificou quatro elementos da estrutura de mercado que habilitariam as empresas a levantar barreiras à entrada: economias de escala, vantagens absolutas de custos, vantagens decorrentes da diferenciação do produto e capital mínimo requerido. As contribuições de Bain foram fundamentais para a construção de modelos analíticos de competição estratégica, em especial, a teoria do preço-limite. Outras contribuições provenientes da nova organização industrial (Baumol, Tirole, Schmalensee, Grossman, Sutton, entre outros.) foram incorporados à análise antitruste, em especial, a noção de *sunk costs* e de contestabilidade e o uso da teoria dos jogos como instrumento de análise de interação estratégica. Ver, por exemplo, Bain, J. *Barriers to New Competition*. Cambridge, Mass: Harvard University Press; Baumol, W., J. Panzar, e R. Willing. 1982. *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure*. New York: Harcourt Brace Jovanovich; e Tirole J. 1997. *The Theory of Industrial Organization*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts.

⁶³ A entrada é dificultada por problemas de distribuição e *marketing*, de forma que não vale a pena, embora fosse teoricamente possível (existência de facilidades), a entrada no curto prazo.