ANÁLISE DE CONCENTRAÇÃO DE MERCADO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO ENTRE 2012 A 2018

Maria Gabriele Muniz Souza e Romario Dezzanetti da Rosa

RESUMO

De acordo com os dados da International Organization of Motor Vehicle Manufactures (OICA), em 2005 a indústria automobilística movimentou cerca de US$ 2,5 trilhões, e produziu aproximadamente 66 milhões de unidades. Mercados de poder centralizado possuem a tendência de conduzir ao controle excessivo das empresas, elevando os preços acima dos custos de produção, gerando lucros exacerbados, que além de corroborar para a manutenção do poder econômico das firmas, também prejudica o consumidor final e o bem-estar da economia. Desse aspecto, nasce a justificativa e importância de mensurar o nível de concentração dos mercados, por meio de indicadores objetivos que demonstrem a concorrência. O objetivo geral deste trabalho é analisar a concentração do mercado brasileiro de automóveis e veículos comerciais leves no período de 2012 a 2018. Já os objetivos específicos são analisar o índice Herfindal-Hirchsman (HHI) do setor e analisar o *market share* das empresas. A metodologia é descritiva e o trabalho é constituído de uma pesquisa quantitativa. A base de dados utilizada tem origem nos registros da Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), seguindo, para medição, o paradigma da Estrutura-Conduta-Desempenho (ECD). Dentre as medidas de estrutura possíveis nas análises de ECD, destacam-se a participação de mercado (*market share*) de cada uma das firmas ativas do setor estudado, o índice de Razão de Concentração (Concentration Ratio ou CR) que representa a participação de mercado controladas pelas quatro (CR4) e oito (CR8) empresas líderes de *market share*, servindo como um indicador de quais são as empresas líderes do *market share*, e o índice Herfindal-Hirchsman (HHI), que permite a análise da concentração de mercado (OLIVEIRA 2014). O índice Hirschman-Herfindahl torna possível verificar uma concentração estável, mantendo-se moderada ao longo dos anos do estudo para automóveis. Já para os veículos comerciais leves licenciados no mesmo período, uma alta concentração de mercado é demonstrada. Com o propósito de analisar a concentração de mercado do setor de automóveis e veículos comerciais leves no período de 2012 a 2018, esse trabalho apresentou uma série de medições baseadas no paradigma da Estrutura-Conduta-Desempenho (ECD). Pela ótica da Razão de Concentração (CR) e da análise de *market share* pode-se observar a existência de um oligopólio diferenciado, com pouca alternância de poder entre as empresas participantes dessa estrutura. O cálculo do índice Hirschman-Herfindahl (HHI) demonstrou que há uma moderada concentração do mercado de automóveis no período estudado, e alta concentração no mercado de veículos comerciais leves. Levando isso em conta, entende-se que os objetivos propostos neste trabalho foram atingidos, salientando continuamente a importância desse tipo de estudo para a manutenção da saúde da economia, no combate aos lucros

exacerbados e imposições de preços, e também para a defesa da livre concorrência, na qual o consumidor final é quem sofre o maior impacto.

INTRODUÇÃO

De acordo com os dados da International Organization of Motor Vehicle Manufactures (OICA), em 2005 a indústria automobilística movimentou cerca de US$ 2,5 trilhões, e produziu aproximadamente 66 milhões de unidades. No Brasil, desde a chegada das primeiras montadoras, o foco das políticas públicas de desenvolvimento foram voltadas à indústria automobilística, sendo um dos setores mais expressivos do país. Diversas políticas foram aplicadas especificamente ao setor desde 1950, demonstrando a importância das fabricantes de automóveis para a indústria no geral. A concentração no setor é formada por empresas estrangeiras, desde as fases iniciais da indústria automobilística brasileira, devido a políticas de desenvolvimento por meio de firmas de capital estrangeiro e barreiras de importação. A concentração do mercado automobilístico de automóveis e veículos comerciais leves é o tema central deste trabalho, onde marcas como Chevrolet, Fiat, Volkswagen, Ford, Hyundai, Toyota, Renault e Honda garantem a manutenção de poder econômico entre elas.

Mercados de poder centralizado possuem a tendência de conduzir ao controle excessivo das empresas, elevando os preços muito acima dos custos de produção, gerando lucros exacerbados, que além de corroborar para a manutenção do poder econômico das firmas, também prejudica o consumidor final e o bem-estar da economia. Desse aspecto, nasce a justificativa e importância de mensurar o nível de concentração dos mercados, por meio de indicadores objetivos que demonstrem a concorrência.

O objetivo geral deste estudo é analisar a concentração do mercado brasileiro de automóveis e veículos comerciais leves no período de 2012 a 2018. Já os objetivos específicos são analisar o índice Herfindal-Hirchsman (HHI) do setor e analisar o *market share* das empresas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Silva (2012) “a pesquisa quantitativa é muito usada na identificação de opiniões e preferências, no delineamento de perfis socioeconômicos, em *marketing* ou mercado”. A metodologia descritiva foi utilizada para a construção desse estudo, também constituído de uma pesquisa quantitativa. A base de dados utilizada tem origem nos registros da Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), seguindo, para medição, o paradigma da Estrutura-Conduta-Desempenho (ECD).

Dentre as medidas de estrutura possíveis nas análises de ECD, destacam-se a participação de mercado (*market share*) de cada uma das firmas ativas do setor estudado, o índice de Razão de Concentração

(Concentration Ratio ou CR) que representa a participação de mercado controladas pelas quatro (CR4) e oito (CR8) empresas líderes de *market share*, e o índice Herfindal-Hirchsman (HHI), que permite analisar o nível da concentração de mercado de um setor (OLIVEIRA 2014).

Market share é a participação de uma determinada empresa nas vendas em um mercado em que ela está inserida. Para Silva (2019) o *market share* de uma empresa é a sua venda medida em percentagem da receita total de uma indústria. É possível determinar o *market share* de uma empresa dividindo suas vendas totais ou receita pelas vendas totais do setor durante um período fiscal específico. A análise do *market share* pode mensurar o tamanho de uma empresa dentro de um mercado e auxiliar na busca por estratégias que ajudem a vencer seus concorrentes.

A medição do índice Hirschman-Herfindahl tem por objetivo facilitar a análise de concentração de mercado, classificando-os em mercados não concentrados, mercados moderadamente concentrados e mercados altamente concentrados (DEPARTAMENT OF JUSTICE 2015). O índice leva em conta todas as empresas dentro do mercado estudado, e de acordo com Kon (1994, p. 62) “pela soma dos quadrados da participação de cada firma em relação ao tamanho total da indústria”. O índice Hirschman-Herfindahl também pode ser representado com a seguinte fórmula:

$$H = \sum_{i=1}^{k} \square Si^2$$

Na qual o número de firmas nas quais divide-se o mercado é representado pela letra k, a firma pela letra i e sua participação no mercado pela letra S. O número resultante varia entre 1 e 1/k, indicando uma estrutura de mercado monopolista em um resultado 1, e uma estrutura que tende a concorrência perfeita em resultados mais próximos de 0 (RESENDE, 1994; HASENCLEVER; TORRES, 2013).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A TABELA 1 e a TABELA 2, respectivamente, demonstram o *market share* dos automóveis e veículos comerciais leves licenciados no período do estudo.

TABELA 1 – *Market share* dos automóveis licenciados entre 2012 e 2018 no Brasil

Firmas	*Market share* por ano						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
General Motors	17,540 %	18,049 %	17,616 %	15,594 %	18,040 %	18,794 %	18,55%

Volkswagen	21,058 %	17,921 %	16,870 %	13,681 %	10,977 %	11,729 %	14,39%
FCA	22,356 %	20,232 %	18,325 %	16,961 %	14,807 %	14,066 %	13,85%
Ford	9,553%	10,117 %	10,121 %	11,152 %	9,747%	10,180 %	9,81%
Renault	7,306%	7,258%	7,855%	7,835%	7,554%	7,982%	9,07%
Hyundai	0,708%	5,187%	6,431%	7,710%	9,932%	9,665%	8,89%
Toyota	2,404%	4,395%	5,451%	6,749%	8,696%	8,419%	7,70%
Honda	4,332%	4,580%	4,935%	7,225%	7,259%	7,063%	6,27%
Outras	14,742 %	12,261 %	12,397 %	13,093 %	12,989 %	12,102 %	11,474 %

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da ANFAVEA (2019)

TABELA 2 - *Market share* dos veículos comerciais leves licenciados entre 2012 e 2018 no Brasil

Firmas	*Market share* por ano						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
FCA	28,450 %	28,707 %	35,843 %	34,420 %	38,254 %	37,196 %	37,897 %
Volkswagen	21,654 %	22,592 %	19,527 %	19,318 %	14,367 %	17,010 %	17,221 %
General Motors	18,544 %	18,735 %	16,067 %	15,946 %	13,760 %	14,169 %	11,949 %
Toyota	7,498%	7,911%	8,048%	9,219%	11,349 %	10,755 %	10,465 %
Renault	2,692%	2,900%	3,273%	4,237%	7,470%	5,934%	6,474%
Ford	5,032%	5,090%	4,708%	4,738%	5,271%	5,586%	5,483%
HPE (Mitsubishi)	4,148%	3,966%	3,818%	4,057%	3,311%	3,111%	2,865%
Mercedes-Benz	0,957%	1,557%	1,546%	1,674%	1,381%	1,685%	1,910%
Nissan	3,385%	2,893%	2,151%	1,616%	1,201%	1,269%	1,684%
Caoa	1,554%	1,330%	1,614%	1,734%	1,435%	1,264%	1,148%
Outras	6,085%	4,320%	3,404%	3,040%	2,200%	2,022%	2,904%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da ANFAVEA (2019)

A relação de resultados obtidos pelo cálculo do índice Hirschman-Herfindahl e sua classificação estão representados no TABELA 3.

TABELA 3 – Classificação padronizada do resultado obtido pelo índice HHI

Índice Hirschman-Herfindahl (HHI)	Concentração de Mercado
HHI < 0,1	Não concentrado
0,1 < HHI < 0,18	Moderada
HHI > 0,18	Alta

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados do DEPARTAMENT OF JUSTICE (2015).

A TABELA 4 representa o índice Hirschman-Herfindahl dos automóveis licenciados nos anos 2012 a 2018 no Brasil. Nela é possível verificar uma concentração estável, mantendo-se moderada ao longo dos anos do estudo.

TABELA 4 – Índice Hirschman-Herfindahl dos automóveis licenciados em território nacional

Ano	Índice Hirschman-Herfindahl (HHI)
2012	0,14633
2013	0,13062
2014	0,12150
2015	0,10849
2016	0,10715
2017	0,10979
2018	0,11266

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da ANFAVEA (2019)

A TABELA 5 representa o índice Hirschman-Herfindahl dos veículos comerciais leves licenciados nos anos 2012 a 2018 no Brasil, e demonstra a alta concentração de mercado dos veículos comerciais leves, no período do estudo.

TABELA 5 – Índice Hirschman-Herfindahl dos veículos comerciais leves licenciados em território nacional

Ano	Índice Hirschman-Herfindahl (HHI)
2012	0,17595
2013	0,18179
2014	0,20506
2015	0,19659
2016	0,20896
2017	0,20728
2018	0,20754

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da ANFAVEA (2019)

CONCLUSÕES

Com o propósito de analisar a concentração de mercado do setor de automóveis e veículos comerciais leves no período de 2012 a 2018, este estudo apresentou uma série de medições baseadas no paradigma da Estrutura-Conduta-Desempenho (ECD). Pela ótica da Razão de Concentração (CR) e da análise de *market share* pode-se observar a existência de um oligopólio diferenciado, com pouca alternância de poder entre as empresas participantes dessa estrutura. O cálculo do índice Hirschman-Herfindahl (HHI) demonstrou uma moderada concentração do mercado de automóveis no período estudado, e a alta concentração no mercado de veículos comerciais leves.

Portanto, entende-se que os objetivos propostos neste trabalho foram

atingidos, salientando continuamente a importância desse tipo de estudo para a manutenção da saúde da economia, no combate aos lucros exacerbados e imposições de preços, e também para a defesa da livre concorrência, na qual o consumidor final é quem sofre o maior impacto.

REFERÊNCIAS

BLOG AGENDOR. O que é *market share*? Tudo o que você precisa saber. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/market-share-2/>. Acesso em: 17 setembro 2019

HASENCLEVER, L; TORRES, R. O Modelo Estrutura Conduta e Desempenho e seus Desdobramentos. In: KUPFER, D; HASENCLEVER, L. Economia Industrial: Fundamentos teóricos e práticas no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. Cap. 4. p. 41-54

KON, A. Economia industrial. São Paulo: Nobel, 1994. 212 p

OICA, Economic Contributions. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA), 2016. Disponível em: http://www.oica.net/economic-impact/. Acesso em: 10 setembro 2019

OLIVEIRA, G. A. Indicadores de Concorrência. 2014. Departamento de Estudos Econômicos (DEE), Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais/dee-publicacoes-anexos/documento-de-trabalho-n-01-2014-indicadores-de-concorrencia.pdf>. Acesso em: 04 setembro 2019

RESENDE, M. Medidas de concentração industrial: uma resenha. Análise econômica, v. 12, n. 21 e 22, 1994

SILVA, J.M. da; SILVEIRA, S. da. Apresentação de trabalhos acadêmicos: Normas e técnicas. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012. Cap. 5. p. 149.

SITE ANFAVEA. Estatísticas. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/estatisticas.html>. Acesso em: 02 setembro 2019

SITE THE UNITED STATES DEPARTAMENT OF JUSTICE. HORIZONTAL MERGER GUIDELINES. 2010. Disponível em: <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010#5c> Acesso em: 14 setembro 2019