

Literatura de Fronteira em Estratégia Competitiva

Heitor Lima

Estratégia Competitiva - MPA - 2023

Professor: Paulo Furquim

Insper Instituto de Ensino e Pesquisa

`heitoraol@al.insper.edu.br`

1. Trabalho final: Definir grupos e temas até a aula 5

- Aplicado: Dupla, selecionar um caso real recente, que tenha relação com o curso (ementa)
- Acadêmico: Individual, formato de *referee report*

- Sessão 1 (04/08)
 - Foco principal: Exercícios de revisão de conteúdo
 - Foco secundário: Introduzir literatura de fronteira em estratégia competitiva
- Sessão 2 (hoje)
 - Foco principal: Discussão de papers em estratégia competitiva
 - Foco secundário: Dicas gerais para o trabalho final (*referee report*)
- Sessão 3 (01/09)
 - Coaching individual para o trabalho final

Literatura de Fronteira

- Todas as áreas do conhecimento possuem uma “literatura de fronteira”
 - Pesquisas inovadoras que avançam o conhecimento de uma área específica
- Tipicamente, esta literatura é disseminada via publicações em revistas científicas, ou periódicos (*journals*)
- Cada área do conhecimento tem um conjunto de publicações mais relevantes
 - A relevância de uma publicação é geralmente dada por medidas de citações que recebe
 - Existem rankings para *journals* de diversas áreas
 - Scimago Journal & Country Rank: [Link](#)
 - Association of Business Schools: [Link](#)

Literatura de Fronteira: Estratégia Competitiva

- **Estratégia Competitiva** é uma área do conhecimento econômico que tem forte relação com administração (*management*)
 - Há artigos científicos (*papers*) sobre estratégia competitiva em publicações tanto de economia quanto de administração
- Lista de principais publicações em economia (**não** segue nenhuma ordenação específica):
 - *Econometrica*, *American Economic Review*, *The Quarterly Journal of Economics*, *Review of Economic Studies*, *Journal of Political Economy*, *Review of Economics and Statistics*, *RAND Journal of Economics*, *Quantitative Economics* etc.
- Lista de principais publicações em administração (**não** segue nenhuma ordenação específica):
 - *Strategic Management Journal*, *Academy of Management Journal*, *Management Science*, *Organization Science* etc.

Literatura de Fronteira: Como Obter Acesso

- Website de cada *journal*, mediante assinatura
 - Úteis para pesquisar principais artigos/autores dentro de um determinado assunto
 - Insper tem convênio com alguns *journals*
- Biblioteca Telles – Insper: [Link](#)
 - É possível acessar, além de *journals*, algumas bases de dados financeiras, literatura jurídica, bases governamentais sensíveis etc.
- Google Acadêmico (*Scholar*): [Link](#)
 - Busca por autores, citações etc.

Literatura de Fronteira: Referee Reports

- São parte fundamental do processo de publicação de artigos conduzido por *journals* de todas as áreas do conhecimento
- São relatórios escritos para avaliar o artigo que deseja ser publicado; ao final, é dada uma recomendação
 - *Referee reports* são elaborados por experts na área, i.e., pesquisadores que conhecem aquela literatura
 - Em geral, a recomendação pode ser “*revise and resubmit*”, “*reject*”, “*accept*”
- Estrutura típica de um *referee report*:
 1. Recomendação
 2. Revisão crítica do *paper*
 3. Análise – Comentários principais
 4. Comentários menores

Literatura de Fronteira: Referee Reports

- Para o trabalho final, o artigo escolhido deve, necessariamente, tratar de estratégia competitiva
 - Sugere-se buscar artigos em publicações de **administração** (*management*)
 - Artigos destas publicações tendem a ser menos carregados em termos técnicos de economia
- Para o trabalho final, o *referee report* deverá ser dividido em três partes, que coincidem com os pontos (2) e (3) já mencionados
 1. **Síntese do artigo e contribuições** (1pg.): É um resumo com **suas palavras** sobre o paper, destacando qual a **contribuição** do artigo para a literatura
 2. **Comentários críticos** (2pg.): Críticas (bem desenvolvidas) positivas e negativas ao artigo. Se forem negativas, idealmente serão acompanhadas de **sugestões** de melhoria
 3. **Implicações dos resultados para organizações públicas ou privadas** (1pg): Aplicações práticas para estas entidades

Literatura de Fronteira: Artigos para Discussão

1. Chhaochharia, V., Y. Grinstein, G. Grullon, R. Michaely (2016). **Product Market Competition and Internal Governance: Evidence from the Sarbanes–Oxley Act.** *Management Science*
2. Azar, J., M. Schmalz, I. Tecu (2018). **Anticompetitive Effects of Common Ownership.** *The Journal of Finance*, 73 (4), 1513–1565
3. Capps, C., D. Dranove, S. Greenstein, M. Satterthwaite (2002). **Antitrust Policy and Hospital Mergers: Recommendations for a New Approach.** *The Antitrust Bulletin*, 47 (4), 677–714
 - Citado em BDSS (p. 221), exemplo prático de SSNIP
4. Matsa, D. (2011). **Competition and Product Quality in the Supermarket Industry.** *The Quarterly Journal of Economics*, 126 (3), 1539–1591

**Chhaochharia et al. (2016),
Management Science**

- Motivado por escândalos como o da Enron, o Congresso americano aprovou em 2002 o **Sarbanes-Oxley Act** (SOX)
 - Aumento de pena para forjadores de demonstrações financeiras
 - Divulgações mais frequentes de movimentações de patrimônio feitas por executivos
 - Implantação de comitês de auditoria independentes
 - Novos procedimentos para avaliar a efetividade de controles internos da empresa
- Objetivo da lei: Aumentar os incentivos à transparência por parte da alta gestão corporativa nos EUA

- O que o paper faz: Usa a lei SOX como um *quasi-natural experiment* para examinar a ligação entre **competição** e mecanismos de **governança** corporativa
- Hipótese principal: Empresas em setores **concentrados** experimentaram maiores ganhos de eficiência **pós-SOX**, em relação a empresas em indústrias não concentradas
- Metodologia: Estimador de diferença-em-diferenças
 - Tratamento: [Exposição à lei SOX] \times [estar em uma indústria concentrada]
 - Grupo tratado: Empresas em setores concentrados
 - Grupo controle: Empresas em setores não concentrados

- Dados: Todas as empresas registradas na base da **Compustat** entre 2000 e 2006
 - A SOX entrou em vigor em julho de 2002
 - A análise é feita pela comparação das mesmas empresas antes e depois desse período
 - Ao todo, são 38.053 observações de empresas-ano
- Uma indústria é dita “concentrada” se está entre as top 50% da distribuição de indústrias pelo mesmo critério de concentração
 - Critério para empresas manufatureiras: *Herfindahl Index* (HHI)
 - Critério para empresas não manufatureiras: *Market share*
- A principal especificação é

$$y_{ijt} = \alpha_i + \alpha_t + \beta_1 CI_i \times SOX_t + \gamma' X_{ijt} + \varepsilon_{ijt}$$

Table 2 The Effect of SOX Across Concentrated and Nonconcentrated Industries—Performance and Efficiency

	$\log(1 + ROA)$	$\log(1 + \text{Sales}/\text{Assets})$	$\log(1 + \text{EBITDA}/\text{Sales})$	$\log(1 + \text{COGS}/\text{Sales})$	$\log(1 + \text{SGA}/\text{Sales})$
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
$CI \times SOX$	0.0143*** (0.004)	-0.0063 (0.004)	0.0138** (0.006)	-0.0189*** (0.002)	0.0081*** (0.002)
<i>Size</i>	0.202*** (0.018)	-0.2114*** (0.010)	0.0732*** (0.017)	-0.0031 (0.005)	-0.0444*** (0.006)
<i>Size</i> ²	-0.0141*** (0.001)	0.0064*** (0.001)	-0.0039*** (0.001)	-0.0002 (0.000)	0.0024*** (0.000)
<i>Age</i>	0.0117** (0.005)	0.0464*** (0.004)	0.0746*** (0.010)	-0.0061** (0.002)	-0.0195*** (0.003)
Year fixed effects	+	+	+	+	+
Firm fixed effects	+	+	+	+	+
Clustered standard errors	+	+	+	+	+
<i>N</i>	38,053	38,053	38,053	38,053	32,968
Adjusted <i>R</i> ²	0.56	0.93	0.59	0.83	0.87

Chhaochharia et al. (2016): Conclusões

- Há uma **relação causal** entre os incentivos à transparência e o desempenho de empresas em setores concentrados
 - Lei SOX **causou** melhora de 1,43% na performance de empresas em indústrias concentradas
- **Contribuição:** Ajustar incentivos de gestão corporativa tem impacto **maior** onde há pouca competição
 - Competição, por si só, é um ajuste “natural” de incentivos
- Autores mostram que outras intervenções (leis) tiveram efeitos semelhantes
 - *Cadbury Committee*, no Reino Unido: Recomendações feitas em 1992, **aumentou** ROA em 3,44% em empresas de setores concentrados, em relação a empresas em setores não concentrados
 - *Energy Policy Act* de 1992, nos EUA: Desregulação do mercado de eletricidade **aumentou eficiência** das empresas que usavam eletricidade

**Azar et al. (2018), The Journal of
Finance**

Azar et al. (2018): Introdução

- BDSS (p. 230): Poder de **monopólio** é definido como “a capacidade de agir irrestritamente”
 - Em concorrência perfeita, todas as empresas agem para maximizar seu lucro dadas as restrições impostas por outras empresas
 - Em um monopólio, a empresa monopolista maximiza seu lucro sem tais restrições
- BDSS (p. 235): **Oligopólio** ocorre quando decisões de uma empresa individual “afeta materialmente o mercado em geral”
 - Em concorrência perfeita, nenhuma empresa afeta o mercado de forma decisiva, pois há “infinitos” concorrentes
 - Em um oligopólio, uma empresa individual é capaz de alterar a dinâmica do mercado
- Mas o que aconteceria se as diferentes firmas de um oligopólio fossem propriedade da **mesma pessoa** (*common ownership*)?

Azar et al. (2018): Common Ownership em Companhias Aéreas Americanas

Panel D: Airlines					
<i>Delta Air Lines</i>	<i>[%]</i>	<i>Southwest Airlines Co.</i>	<i>[%]</i>	<i>American Airlines</i>	<i>[%]</i>
Berkshire Hathaway	8.25	PRIMECAP	11.78	T. Rowe Price	13.99
BlackRock	6.84	Berkshire Hathaway	7.02	PRIMECAP	8.97
Vanguard	6.31	Vanguard	6.21	Berkshire Hathaway	7.75
State Street Global Advisors	4.28	BlackRock	5.96	Vanguard	6.02
J.P. Morgan Asset Mgt.	3.79	Fidelity	5.53	BlackRock	5.82
Lansdowne Partners Limited	3.60	State Street Global Advisors	3.76	State Street Global Advisors	3.71
PRIMECAP	2.85	J.P. Morgan Asset Mgt.	1.31	Fidelity	3.30
AllianceBernstein L.P.	1.67	T. Rowe Price	1.26	Putnam	1.18
Fidelity	1.54	BNY Mellon Asset Mgt.	1.22	Morgan Stanley	1.17
PAR Capital Mgt.	1.52	Egerton Capital (UK) LLP	1.10	Northern Trust Global Inv	1.02
<i>United Continental Holdings</i>	<i>[%]</i>	<i>Alaska Air</i>	<i>[%]</i>	<i>JetBlue Airways</i>	<i>[%]</i>
Berkshire Hathaway	9.20	T. Rowe Price	10.14	Vanguard	7.96
BlackRock	7.11	Vanguard	9.73	Fidelity	7.58
Vanguard	6.88	BlackRock	5.60	BlackRock	7.33
PRIMECAP	6.27	PRIMECAP	4.95	PRIMECAP	5.91
PAR Capital Mgt.	5.18	PAR Capital Mgt.	3.65	Goldman Sachs Asset Mgt.	2.94
State Street Global Advisors	3.45	State Street Global Advisors	3.52	Dimensional Fund Advisors	2.42
J.P. Morgan Asset Mgt.	3.35	Franklin Resources	2.59	State Street Global Advisors	2.40
Altimeter Capital Mgt.	3.26	BNY Mellon Asset Mgt.	2.34	Wellington	2.07
T. Rowe Price	2.25	Citadel	1.98	Donald Smith Co.	1.80
AQR Capital Management	2.15	Renaissance Techn.	1.93	BarrowHanley	1.52
<i>Spirit Airlines</i>	<i>[%]</i>	<i>Allegiant Travel Company</i>	<i>[%]</i>	<i>Hawaiian</i>	<i>[%]</i>
Fidelity	10.70	Gallagher Jr., M. J. (Chairman, CEO)	20.30	BlackRock	11.20
Vanguard	7.41	BlackRock	8.61	Vanguard	10.97
Wellington	5.44	Renaissance Techn.	7.28	Aronson, Johnson, Ortiz, LP	5.99
Wasatch Advisors Inc.	4.33	Vanguard	6.65	Renaissance Techn.	4.67
BlackRock	3.77	Fidelity	5.25	Dimensional Fund Advisors	3.17
Jennison Associates	3.49	Franklin Resources	4.52	State Street Global Advisors	2.43
Wells Capital Mgt.	3.33	Wasatch Advisors Inc.	4.39	PanAgora Asset Mgt.	2.22
Franklin Resources	2.79	T. Rowe Price	4.23	LSV Asset Management	2.22
OppenheimerFunds	2.67	TimesSquare Capital Mgt.	3.91	BNY Mellon Asset Mgt.	1.84
Capital Research and Mgt.	2.64	Neuberger Berman	3.07	Numeric Investors	1.79

- O que o paper faz: Usa dados de companhias aéreas americanas e suas respectivas bases acionárias para avaliar o efeito de *common ownership* sobre *competição*
- Hipótese principal: *Common ownership*, medida pelo delta do índice de Herfindahl Modificado (MHHI), *aumenta* os preços de passagens aéreas
 - MHHI: Composto pelo HHI tradicional, e o *MHHI Delta*, que leva em conta o nível de participação do acionista i em cada empresa j

$$\underbrace{\sum_j \sum_k s_j s_k \frac{\sum_i \gamma_{ij} \beta_{ik}}{\sum_i \gamma_{ij} \beta_{ij}}}_{\text{MHHI}} = \underbrace{\sum_j s_j^2}_{\text{HHI}} + \underbrace{\sum_j \sum_{k \neq j} s_j s_k \frac{\sum_i \gamma_{ij} \beta_{ik}}{\sum_i \gamma_{ij} \beta_{ij}}}_{\text{MHHI delta}}$$

- Se o acionista i aumenta sua participação s_j na empresa j , o MHHI aumenta
- Metodologia: Regressões em painel com efeitos fixos

Azar et al. (2018): Dados e Estratégia Empírica



- $HHI < 1.500$: mercado não concentrado
- $1.500 < HHI < 2.500$: mercado moderadamente concentrado
- $HHI > 2.500$: mercado altamente concentrado

- Dados: Taxas e parcela de passageiros de cada companhia obtidas da base do *Department of Transportation's Airline Origin and Destination Survey*
 - Contém 10% das passagens aéreas de cada trimestre entre 2001 e 2014
 - Mercado definido como um par de aeroportos origem-destino nos EUA, independentemente da direção do voo
- A principal especificação é

$$\log(p_{rjt}) = \beta \cdot MHHI_{\text{delta}_{rt}} + \gamma \cdot HHI_{rt} + \theta \cdot X_{rjt} + \alpha_t + \nu_{rj} + \varepsilon_{rjt}$$

- A rota é indexada por r
- A companhia aérea é indexada por j
- O período é indexado por t

Azar et al. (2018): Resultados

	Dependent Variable: Log(Average Fare)					
	Market-carrier level			Market level		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
MHHI delta	0.194*** (0.0459)	0.219*** (0.0387)	0.149*** (0.0375)	0.325*** (0.0446)	0.311*** (0.0397)	0.202*** (0.0356)
HHI	0.221*** (0.0247)	0.230*** (0.0246)	0.165*** (0.0209)	0.365*** (0.0315)	0.357*** (0.0313)	0.255*** (0.0244)
Number of Nonstop Carriers			-0.00979*** (0.00269)			-0.00810** (0.00371)
Southwest Indicator			-0.120*** (0.00928)			-0.149*** (0.0135)
Other LCC Indicator			-0.0618*** (0.00717)			-0.100*** (0.00989)
Share of Passengers Traveling Connect, Market Level			0.124*** (0.0167)			0.158*** (0.0189)
Share of Passengers Traveling Connect			0.0986*** (0.0143)			
Log(Population)			0.306*** (0.106)			0.343*** (0.122)
Log(Income Per Capita)			0.374*** (0.102)			0.304*** (0.110)
Log(Distance) × Year-Quarter FE		✓	✓		✓	✓
Year-Quarter FE	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Market-Carrier FE	✓	✓	✓			
Market FE				✓	✓	✓
Observations	1,237,584	1,237,584	1,209,517	262,350	262,350	254,999
R ²	0.820	0.825	0.836	0.852	0.861	0.876
Number of market-carrier pairs	46,513	46,513	45,248			
Number of markets				7,185	7,185	6,906

Azar et al. (2018): Conclusões

- Um aumento do MHHI delta de zero para 2.000 (nível médio em 2014Q4) está associado a um **aumento de 4%** ($2000 \times 0,194$) nos preços de passagens aéreas
 - *DoJ/FTC 2010 Horizontal Merger Guidelines*: Considera que fusões envolvendo mudança no HHI acima de **200 pontos** “aumentam poder de mercado”
 - MHHI delta em 2006/2007: **1.000** pontos
 - MHHI delta em 2014Q4: **2.044** pontos \rightarrow 10 vezes o limite do DoJ/FTC
- **Contribuição:** *Common ownership* é um **incentivo contrário** a competição, causando aumento de preços
 - Sob *common ownership*, empresas buscam aumentar **lucro coletivo**, ao invés do **lucro individual**, ou seja, comportamento de cartel
 - Coerente com uma estratégia de portfólio, já que as diferentes empresas são propriedade do mesmo indivíduo

Capps et al. (2002), The Antitrust Bulletin

Capps et al. (2002): Introdução

- Maioria dos casos de fusão de hospitais era julgado pelo critério Elzinga-Hogarty (1972) (E/H)
 - Critério geográfico de definição de mercado, baseado no fluxo de pacientes (LIFO/LOFI), i.e., distância percorrida entre endereço do paciente e endereço do hospital
- Aplicado ao mercado de hospitais, este critério geralmente leva a definições de mercado **muito amplas**
 - Um hospital a mais de 100 milhas de outro era considerado parte do mesmo mercado relevante
 - Quase sempre, as firmas que buscavam a fusão não eram tidas como grandes *players* no mercado, i.e., definição muito *soft* de *market share*
 - **Problema:** Raramente uma fusão era rejeitada por este critério
- Método alternativo advogado pelos autores: SSNIP

- SSNIP: *Small but Significant and Nontransitory Increase in Price* (BDSS, p. 221)
 - “Small”: Geralmente, mais que 5% de aumento de preço
 - “Nontransitory”: Geralmente, por no mínimo um ano
- **Ideia**: Se a fusão de duas empresas geograficamente próximas causa um SSNIP, elas são parte do mesmo mercado relevante
 - Repete-se a análise para empresas cada vez mais distantes, até que não haja mais SSNIP

Capps et al. (2002): Resumo

- O que o paper faz: Investiga se o uso do critério E/H com fluxo de pacientes gera resultados **próximos** ao critério SSNIP, em termos de **aumento de preços pós-fusão**
- Hipótese principal: Critério E/H não gera resultados próximos aos obtidos via SSNIP
- Metodologia: Três abordagens para se usar o SSNIP com dados de **fluxos de pacientes** + **características de hospitais**
 1. *Time-elasticity approach*: Padrões de deslocamento de pacientes pré-fusão são usados para inferir propensão a deslocamento pós-fusão
 2. *Competitor share approach*: Usa a natureza de **diferenciação** entre serviços hospitalares e heterogeneidade de pacientes para prever SSNIP
 3. *Option demand approach*: Usa o **market share adicionado** por um hospital a uma *Managed Care Organization* (MCO) para prever SSNIP pós-fusão

Capps et al. (2002): Dados e Estratégia Empírica

- Dados: Internações em três hospitais da mesma região na Califórnia, bem como o endereço dos pacientes
 1. Scripps Memorial Hospital of Chula Vista (SCV)
 2. Community Hospital of Chula Vista (CHCV)
 3. Paradise Valley Hospital (PVH), no caminho entre Chula Vista e San Diego
- Cerca de 30% dos residentes de Chula Vista ignoram estes três hospitais para receber tratamento (LOFI = 30%)
 - Portanto, a fusão destes hospitais **seria permitida** pelo critério E/H
- Avaliação de mudança de preços pós-fusão pelo *time-elasticity approach*; verificar se causa SSNIP
 - Resultados semelhantes ocorrem para as outras abordagens

Table 1

Price Effects of Chula Vista Mergers—Time-Elasticity Approach

<i>Merger</i>	<i>SCV</i>	<i>PVH</i>	<i>CHCV</i>	<i>All three</i>
SCV	—	11.58%	2.22%	15.06%
PVH	7.61%	—	1.20%	9.25%
CHCV	6.75%	5.98%	—	15.37%

- Os efeitos de mudança de preços são obtidos com (a) estimativas de elasticidades, e (b) simulações de aumento de tempo de viagem
 - Elasticidades são estimadas com características de cada hospital, como qualidade e tempo médio de viagem
- Para a maioria das simulações, **ocorre SSNIP**

Capps et al. (2002): Conclusões

- Dados de fluxo de paciente por si só têm **pouca relação** com o critério SSNIP
 - Usar apenas estes dados para definição de mercado relevante (critério E/H) gera conclusões nocivas para consumidores, pelo critério SSNIP
 - Usar apenas estes dados também não é informativo sobre *market power* de todos os *players envolvidos*
- **Contribuição:** Dados agregados de fluxo de pacientes não são úteis para definir **mercados geográficos** de hospitais em decisões judiciais de fusões
- Autores mostram que *option demand model* é mais adequado, pois considera o papel importante de **MCOs**

Matsa (2011), QJE

- Competição entre varejistas geralmente é analisada em termos de preços, porque
 1. Preços são mais fáceis de se modelar e testar
 2. Não há muitos trabalhos teóricos sobre efeitos *non-price* sobre competição
- Entretanto, com o advento das grandes redes varejistas, torna-se necessário avaliar competição em outros termos
 - É importante entender como grandes redes impactam redes menores e varejistas independentes, por exemplo

Matsa (2011): Resumo

- O que o paper faz: Usa a entrada do Walmart em diferentes mercados geográficos para mostrar os efeitos de **pressão competitiva** sobre *stockouts*
 - *Stockout*: Ocorre quando um cliente vai à loja e não encontra um produto que desejaria comprar
- Hipótese principal: A entrada do Walmart **causa** uma pressão competitiva tal que **reduz** *stockouts* de varejistas concorrentes
- Metodologia: Regressão com efeitos fixos, e estimador de diferença-em-diferenças
 - Tratamento: Experimentar a entrada de um *supercenter* do Walmart em seu mercado
 - Grupo tratado: Varejistas (*grocery stores*) que **experimentaram** a entrada do Walmart em seu setor censitário ou código postal (*ZIP code*)
 - Grupo controle: Varejistas que **não experimentaram** a entrada do Walmart em seu setor censitário ou código postal

Matsa (2011): Dados e Estratégia Empírica

- Dados: Informações sobre ocorrência de *stockouts* obtidas do *CPI Commodity and Services Survey*, entre 1988 e 2004
 - São dados coletados por funcionários do BLS para calcular o CPI, o índice oficial de inflação dos EUA
 - Um produto é considerado fora de estoque se (i) não estiver disponível para venda no momento da coleta de dados, (ii) ainda for vendido pela loja, e (iii) não está indisponível por sazonalidade
- A principal especificação (equação (1)) é

$$STOCKOUT_{isjt} = \alpha_1 Walmart_{st} + \alpha_2 PreWM_{st} + X_{isj}\beta + \phi_j + \psi_t + \varepsilon_{isjt}$$

- Produtos são indexados por i
- Lojas são indexadas por s
- Mercados geográficos são indexados por j
- Períodos (meses) são indexados por t

Matsa (2011): Resultados, Diferença-em-Diferenças

TABLE VI
DIFFERENCE-IN-DIFFERENCE ESTIMATE

	1988	1998
Experienced Walmart entry between 1988 and 1998?		
Yes	2.94 (0.14)	4.36 (0.16)
No	3.15 (0.08)	5.19 (0.11)
Difference	-0.21 (0.17)	-0.83*** (0.21)
Difference-in-difference		-0.61** (0.27)

Notes. This table reports mean stockout rates (in percentage points) and the associated standard errors (in parentheses) at two points in time for two samples: (1) stores that experienced Walmart entry between 1988 and 1998; and (2) stores that did not. The mean stockout rates are weighted by the number of product availability observations. The third line reports the difference in mean stockout rates between these two samples in each year, and the final line reports the simple difference-in-difference estimate. *** Significant at the 1% level; ** Significant at the 5% level.

Matsa (2011): Resultados, Equação (1)

TABLE VII
CHANGES IN STOCKOUT RATES AFTER WALMART ENTRY

	(1)	(2)	(3)
After Walmart entry	-0.45*** (0.16)	-0.52*** (0.16)	-0.30* (0.17)
2 years before entry	-0.14 (0.13)	-0.12 (0.13)	-0.04 (0.12)
Observations	4,332,075	4,332,075	4,332,075
R-squared	0.04	0.04	0.05
Fixed effects:			
County	X	X	X
Firm		X	X
Store			X
Product category	X	X	X
Day of week	X	X	X
Year-month	X	X	X
Market, product, and store characteristics	X	X	X

Matsa (2011): Conclusões

- Todos os *players* de um mercado que recebe um *supercenter* do Walmart **reagem**
 - Em média, incumbentes **reduzem as taxas de stockouts** em 45 pontos base depois da entrada do Walmart
 - Em relação à média amostral de 4,4%, isto equivale a uma queda de 10% na chance de ocorrência de *stockouts*
- **Contribuição:** Competição **causa** efeito positivo sobre as taxas de disponibilidade de produtos no setor de varejo (*grocery stores*)
 - Isto é relevante porque estoque é uma variável estratégica decisiva nesta indústria
- Autor mostra que há heterogeneidades importantes nos resultados
 - Outras **redes varejistas** apresentam queda de 1/3 na quantidade de vezes (ou chance) de ficarem sem estoque
 - Varejistas **independentes** respondem com cortes de preços, e são mais propensos a sair do mercado pós-entrada do Walmart

Sugestões de Leitura

- Besanko, D., U. Doraszelski, e Y. Kryukov (2014). **The Economics of Predation: What Drives Pricing When There Is Learning-by-Doing?**. *American Economic Review*, 104 (3), 868–897
- Besanko, D., U. Doraszelski, e Y. Kryukov (2019). **How Efficient Is Dynamic Competition? The Case of Price as Investment**. *American Economic Review*, 109 (9), 3339–3364
- Ching, A., S. Lepoev, e M. Nishida (2022). **Charitable Donation, Market Expansion and Market Presence: The Case of Walmart**. Não publicado
- Maksimovic, V., e L. Yang (2021). **Reshaping the Local Marketplace: Financing, Independent Businesses, Large Firms, and COVID**. Não publicado
- Zollo, M., e H. Singh (2004). **Deliberate Learning in Corporate Acquisitions: Post-Acquisition Strategies and Integration Capability in U.S. Bank Mergers**. *Strategic Management Journal*, 25 (13), 1233–1256

Referências

Referências

AZAR, J., M. SCHMALZ, I. TECU (2018). Anticompetitive Effects of Common Ownership. *The Journal of Finance*, 73(4), 1513–1565.

BESANKO, D., U. DORASZELSKI, E Y. KRYUKOV (2014). The Economics of Predation: What Drives Pricing When There Is Learning-by-Doing?. *American Economic Review*, 104(3), 868–897.

BESANKO, D., U. DORASZELSKI, E Y. KRYUKOV (2019). How Efficient Is Dynamic Competition? The Case of Price as Investment. *American Economic Review*, 109(9), 3339–3364.

BESANKO, D., D. DRANOVE, M. SHANLEY, E S. SCHAEFER (2012). *A Economia da Estratégia* (5ª ed.). Porto Alegre: Bookman.

CAPPS, C., D. DRANOVE, S. GREENSTEIN, M. SATTERTHWAITE (2002). Antitrust Policy and Hospital Mergers: Recommendations for a New Approach. *The Antitrust Bulletin*, 47(4), 677–714.

Referências

CHHAOCHHARIA, V., Y. GRINSTEIN, G. GRULLON, R. MICHAELY (2016). Product Market Competition and Internal Governance: Evidence from the Sarbanes–Oxley Act. *Management Science*.

CHING, A., S. LEPOEV, E M. NISHIDA (2022). Charitable Donation, Market Expansion and Market Presence: The Case of Walmart. Não publicado.

ELZINGA, K., E T. HOGARTY (1972). The Demand for Beer. *The Review of Economics and Statistics*, 54(2), 195—198.

MAKSIMOVIC, V., E L. YANG (2021). Reshaping the Local Marketplace: Financing, Independent Businesses, Large Firms, and COVID. Não publicado.

MATSA, D. (2011). Competition and Product Quality in the Supermarket Industry. *The Quarterly Journal of Economics*, 126(3), 1539–1591.

Referências

ZOLLO, M., E H. SINGH (2004). Deliberate Learning in Corporate Acquisitions: Post-Acquisition Strategies and Integration Capability in U.S. Bank Mergers. *Strategic Management Journal*, 25(13), 1233–1256.

Notas de aula do Prof. Paulo Furquim.