



Concorrência Comercial – um guia para a medição do conceito

Nuno Crespo¹

Iscte - Instituto Universitário de Lisboa (Iscte), Iscte Business School Economics Department; Business Research Unit, Lisboa, Portugal.
nuno.crespo@iscte-iul.pt

Nádia Simões

Iscte - Instituto Universitário de Lisboa (Iscte), Iscte Business School Economics Department; Business Research Unit, Lisboa, Portugal.
nadia.simoese@iscte-iul.pt

Iulia Dumitrescu

Babes-Bolyai University, Roménia.
iulia.dumitrescu@econ.ubbcluj.ro

RESUMO

Num cenário de crescente abertura das economias, com acentuado incremento dos níveis de globalização económica, os países (e as empresas) enfrentam forte concorrência nos mercados internacionais. Apesar da importância deste fenómeno, as métricas dominantes para a análise desta temática são ainda demasiado simplistas para captar a complexidade do fenómeno. No entanto, na última década, emergiram alguns contributos que contribuíram para minimizar este gap da literatura. O objetivo deste artigo é triplo. Em primeiro lugar, discutir criticamente esses contributos recentes. Em segundo lugar, contribuir para estruturar as diferentes formas de avaliação do fenómeno da concorrência comercial. Em terceiro lugar, identificar lacunas existentes, sugerindo pistas de investigação.

Palavras-chave: Globalização, internacionalização, concorrência comercial, indicadores.

Classificação JEL: F10, F14.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho beneficiou do apoio da Fundação para a Ciência e a Tecnologia - Grant UID/GES/00315/2019. Quaisquer erros que subsistam são obviamente da exclusiva responsabilidade dos autores.

¹ Autor de contacto: Nuno Crespo. Av. das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal. Tel: + 351 21 765 04 98.

1. INTRODUÇÃO

A análise da geografia económica internacional num período longo (consideremos, por exemplo, o espaço de tempo após 1950) revela – sem exigência de técnicas analíticas sofisticadas – a coexistência de diversas tendências estruturais de transformação. Mais especificamente, cremos ser possível sublinhar a existência de quatro tendências fundamentais. Em primeiro lugar, assiste-se a um peso crescente da dimensão externa, com um aumento do grau de abertura das economias. Este facto é evidente não apenas no plano micro – das empresas – como também (e por consequência) a nível dos países. Pode pois afirmar-se que as economias estão, por regra, mais internacionalizadas, com o seu centro de atuação menos focado no mercado interno e mais direcionado para os mercados internacionais. Em segundo lugar, é conhecida a tendência para o aumento do número de acordos de integração regional, com alcances obviamente diferenciados. Podemos, portanto, estabelecer a regionalização como uma segunda tendência estrutural das últimas décadas. Em terceiro lugar, assiste-se com particular veemência à alteração da correlação de forças na arena económica internacional, com a afirmação, como potências mundiais, de economias antes em fase de transição ou emergentes. A China é obviamente o caso mais paradigmático a este respeito mas a Índia, a Coreia do Sul, a África do Sul, a Rússia, o Brasil, entre outras, são igualmente dignas de realce quando a avaliação assume contornos estruturais. Finalmente, entendível como o resultado das tendências anteriores, a globalização da economia mundial é outra tendência que importa reter.

A importância destes fenómenos é retratável em termos académicos e de política económica. A título de exemplo, uma simples pesquisa na base de dados SCOPUS usando as expressões “globalization” ou “globalisation” produz mais de 80 000 resultados (publicações científicas). A distribuição temporal destes resultados ilustra o enorme acréscimo registado a partir deste século. Refletindo essa importância, uma vasta produção académica foi realizada visando quantificar os fenómeno e/ou os seus efeitos. No que respeita à vertente que mais diretamente nos importa no presente contexto – a medição do fenómeno – cabe naturalmente destacar a projeção alcançada pelo KOF index (Dreher, 2006; Gygli et al., 2019).²

As consequências destes fenómenos são profundas e multidimensionais, estando obviamente muito além do propósito do presente artigo. Para efeito da análise que efetuaremos neste estudo importa reter, fundamentalmente, a ideia que as economias estão mais dependentes do exterior e mais interdependentes entre si. Esta afirmação é válida em termos gerais e, mais especificamente, no que respeita a fluxos de comércio, uma das dimensões em que mais profundamente se expressam as tendências acima identificadas.

Em termos sumários, importa portanto ter presente que a concorrência comercial que as economias exercem umas sobre as outras é um aspeto do maior relevo na discussão da internacionalização dos países. Uma análise aprofundada deste fenómeno requer, obviamente, métricas adequadas à sua aferição empírica. É exatamente nesse plano que se posiciona o contributo do presente artigo.

2. CONCORRÊNCIA COMERCIAL

Tendo presente a necessidade de avaliar, quantitativamente, os níveis de concorrência comercial, efetuamos nesta seção uma discussão das métricas disponíveis, seus méritos e limitações. Visamos, com tal concretização, fornecer aos potenciais interessados nesta análise – académico, decisores de política, empresas – uma mais ampla e clara perceção do estado da arte neste domínio de análise empírica.

2.1. Uma medida simples de concorrência comercial – índice de Krugman e suas limitações

As medidas mais comumente usadas para avaliar o grau de concorrência comercial entre países assentam no conceito de similitude estrutural (Palan, 2010).³ Entre estas, a mais utilizada é, sem dúvida, o índice de Krugman (Krugman, 1991). Este índice – designado por K – estabelece a comparação entre as estruturas de exportação de dois países para um determinado mercado de destino, aferindo a similitude estrutural pela similitude de pesos setoriais na estrutura de exportações dos dois países.

² Para uma discussão mais ampla da temática da globalização e das métricas disponíveis, veja-se, por exemplo, Martens et al. (2015).

³ Para uma abordagem distinta, assente no conceito de ameaça comercial, veja-se, por exemplo, Jenkins (2008).

Definindo os países em comparação como i e h , o mercado de destino no qual a concorrência é avaliada como p e os setores através do índice j ($j = 1, 2, \dots, J$), o índice de Krugman calcula-se como:

$$K_{ihp} = \sum_{j=1}^J |v_{jip} - v_{jhp}| \quad [1]$$

em que v_{jip} e v_{jhp} são os pesos do setor j na estrutura de exportações de i e h , respetivamente, para o mercado de destino p .

O índice K pode variar entre 0 e 2. Ele assume o seu valor mínimo quando as estruturas de exportação dos dois países são exatamente iguais (em termos de pesos setoriais). Essa situação corresponderá, naturalmente, ao grau máximo de concorrência comercial. Por seu turno, o índice K assume o seu valor máximo em caso de dissimilitude plena das estruturas de exportação dos dois países. Nesse caso, o nível de concorrência comercial será mínimo uma vez que os dois países em comparação exportam produtos distintos para o mercado de destino analisado.

Esta métrica enfrenta quatro limitações – duas de conteúdo e duas de forma. As limitações centrais de conteúdo podem elencar-se da seguinte forma:

1ª limitação: a análise mediante a qual o nível de concorrência comercial é aferido exclusivamente através da dimensão similitude estrutural e, mais especificamente, dos pesos setoriais é naturalmente redutora, deixando fora de atenção outras dimensões potencialmente relevantes para um conceito mais completo de concorrência comercial;

2ª limitação: a leitura da concorrência comercial que acima mencionámos – e cuja avaliação o índice de Krugman concretiza – traduz-se na comparação da estrutura de exportação de dois países (país i e país h) num dado mercado de destino p . Todavia, também a este nível se pode argumentar que esta é não mais do que uma das óticas passíveis de serem consideradas.

Por seu lado, as duas principais limitações de forma, de natureza mais secundária, são as seguintes:

3ª limitação: o intervalo de variação do índice de Krugman (0 - 2) é pouco intuitivo.

4ª limitação: o índice varia inversamente com o nível de similitude estrutural (conceito que visa captar), obrigando a uma leitura em que a um aumento do índice corresponde uma redução da similitude estrutural.

As limitações de conteúdo prendem-se com os aspetos centrais que discutiremos ao longo deste artigo. Por seu lado, as limitações de forma podem, facilmente, ser solucionadas invertendo o sentido de variação do indicador e ajustando o seu intervalo de variação, ou seja, construindo um novo indicador:

$$E_{ihp} = 1 - 0,5 \sum_{j=1}^J |v_{jip} - v_{jhp}| \quad [2]$$

Assim, nesta versão simples, o nível de similitude estrutural – e, portanto, de concorrência comercial – é captado, exclusivamente, pela comparação dos pesos relativos setoriais nas estruturas de exportação dos dois países (i e h) para p e varia no intervalo 0-1, sendo que a um aumento do índice corresponde um acréscimo no nível de similitude estrutural.

2.2. Novas dimensões de similitude estrutural

Tendo o indicador E solucionado as duas limitações de forma do índice de Krugman, o nosso enfoque centra-se, em seguida, na busca de soluções para as duas limitações nucleares de conteúdo. Com tal intuito, começamos, neste ponto, por discutir novas dimensões de similitude estrutural. Nos pontos subsequentes analisaremos outras formas de incrementar a nossa capacidade de análise do fenómeno da concorrência comercial.

Tomando por base o índice E acima descrito, Crespo e Simoes (2012) aprofundaram a análise da concorrência comercial. O argumento central desse estudo é, precisamente, o de que a comparação dos pesos setoriais, apesar de importante, não esgota as dimensões relevantes de similitude

estrutural e, portanto, é insuficiente para avaliar o nível de concorrência comercial existente entre dois países num determinado mercado de destino.

Especificamente, argumenta-se que duas novas dimensões devem ser incluídas: similitude inter-setorial e similitude intra-setorial. Para alcançar esse fim, são introduzidos três novos indicadores:

- I. o índice F , conjugando a dimensão pesos setoriais e similitude inter-setorial (a qual reflete o quão diferentes são os setores em termos de características e requisitos de produção);
- II. o índice T , conjugando pesos setoriais e similitude intra-setorial (refletindo diferenças em termos de gamas de qualidade);
- III. o índice C , conjugando as três dimensões de análise da similitude estrutural (pesos setoriais, similitude inter-setorial e similitude intra-setorial).

A necessidade/vantagem de atentarmos na dimensão similitude inter-setorial prende-se com o interesse em avaliar o nível de similitude estrutural de uma forma suscetível de captar o quão diferentes são os setores em termos das suas características. No índice de Krugman tradicional ou estamos perante o mesmo setor ou perante um setor diferente, não existindo qualquer qualificação desses diferentes setores. O índice F permite acomodar este aspeto uma vez que combina os pesos setoriais com a similitude inter-setorial. Este último aspeto é captado mediante o cálculo de um índice E diferente para níveis distintos de desagregação setorial no âmbito de uma determinada nomenclatura (por exemplo, Nomenclatura Combinada, Classificação Tipo para o Comércio Internacional, etc.).⁴ Seguidamente, pela atribuição de ponderadores a cada nível de desagregação, é possível obter um indicador que conjuga as duas dimensões (índice F). Quanto mais elevados os pesos conferidos aos níveis mais agregados, maior a importância que está a ser atribuída à similitude inter-setorial.

Este índice pode ser obtido da seguinte forma:

$$F_{ihp} = \frac{\sum_{g=1}^G E_{ihp}^g}{G} \quad [3]$$

g ($g = 1, 2, \dots, G$) expressa o nível de desagregação setorial, sendo G o nível mais desagregado.

Também este índice, à semelhança de E , varia num intervalo entre 0 e 1, sendo o valor 1 correspondente ao nível máximo de similitude estrutural (e, portanto, de concorrência comercial), o qual envolve agora pesos setoriais e similitude inter-setorial.

Uma segunda medida proposta por Crespo e Simoes (2012) envolve, por seu turno, pesos setoriais e similitude intra-setorial. Esta nova dimensão é relevante pois é conhecido o facto de, crescentemente, os países se especializarem não apenas em produtos diferentes mas também em gamas de qualidade distintas (Fontagné et al., 2008). Se for esse o caso, o índice de Krugman é incapaz de o identificar. Assim, tratará esse caso como correspondendo ao mesmo setor quando, na verdade, o facto de os países se encontrarem especializados nas mesmas ou em diferentes gamas de qualidade é importante na medição da concorrência comercial.

Tendo em vista a captação desta dimensão de similitude intra-setorial, o índice T recorre aos valores unitários de exportação como proxy para a qualidade dos bens. Diferenças de qualidade mais relevantes implicam uma redução do índice de similitude estrutural uma vez que revelam que os países exportam bens mais dissemelhantes em termos da sua qualidade, ou seja, exportam bens pertencentes a gamas de qualidade distintas, facto que reduz o nível de concorrência comercial. O cálculo desta medida envolve uma sequência de etapas.

A primeira etapa implica a avaliação, a nível de cada produto, da similitude de valores unitários de exportação. Tal é realizado comparando os valores unitários de exportação de i e de h para o país de destino p :

$$U_{jihp} = \frac{\min[UV(x_{jip}), UV(x_{jhp})]}{\max[UV(x_{jip}), UV(x_{jhp})]} \quad [4]$$

⁴ Pelo menos dois níveis de desagregação setorial devem ser considerados.

No máximo, este rácio assumirá o valor 1, o que corresponderá, nesse produto, a uma igualdade de valores unitários de exportação, interpretável, como habitualmente na literatura de economia internacional, como semelhança de gamas de qualidade exportadas. Este procedimento é, seguidamente, replicado para todos os produtos, o que permite obter:

$$Z_{ihp} = \sum_{j=1}^J U_{jihp} \delta_{jihp} \quad [5]$$

em que δ_{jihp} corresponde, para o setor j , à média (simples) entre o peso do mercado p na estrutura de exportações do país i e o mesmo peso na estrutura de exportações do país h .

Finalmente, numa terceira etapa, calculamos o índice T , o qual se expressa da seguinte forma:

$$T_{ihp} = E_{ihp} Z_{ihp} \quad [6]$$

Como se torna imediato verificar, Z_{ihp} opera como um fator de ajustamento que reduz o nível de concorrência comercial avaliado através da dimensão pesos setoriais quando a similitude intra-setorial é menor, ou seja, quando existe uma acentuada diferença de valores unitários de exportação entre os dois países em análise. A similitude máxima – e, assim, a concorrência comercial máxima – ocorre portanto quando, simultaneamente: (i) existe uma perfeita igualdade entre os pesos dos diferentes setores nas estruturas de exportação dos dois países; (ii) os valores unitários de exportação forem iguais para todos os produtos.

Os indicadores até agora abordados nesta seção representam inquestionáveis melhorias face ao indicador uni-dimensional de Krugman. Todavia, cada um deles apenas conjuga a dimensão pesos setoriais como uma outra dimensão. O indicador que abordamos em seguida ultrapassa esse aspeto e integra numa só medida as três dimensões de similitude estrutural até aqui abordadas: (i) pesos setoriais; (ii) similitude inter-setorial; (iii) similitude intra-setorial. O índice C , agregador das três dimensões descritas, pode expressar-se:

$$C_{ihp} = \frac{\sum_{g=1}^{G-1} E_{ihp}^g + E_{ihp}^G Z_{ihp}}{G} \quad [7]$$

Neste caso, a similitude estrutural máxima apenas ocorre quando as três dimensões de similitude estrutural analisadas se situam, simultaneamente, nos seus níveis máximos, elevando desse modo os critérios exigidos na análise da concorrência comercial.

Como nota final a este respeito importa mencionar que, apesar de na equação [7] se considerar a formulação mais simples – a média simples dos índices calculados a níveis distintos de desagregação – podemos generalizar esta abordagem considerando pesos diferenciados a definir em cada análise concreta.

2.3. Uma perspetiva alternativa de análise

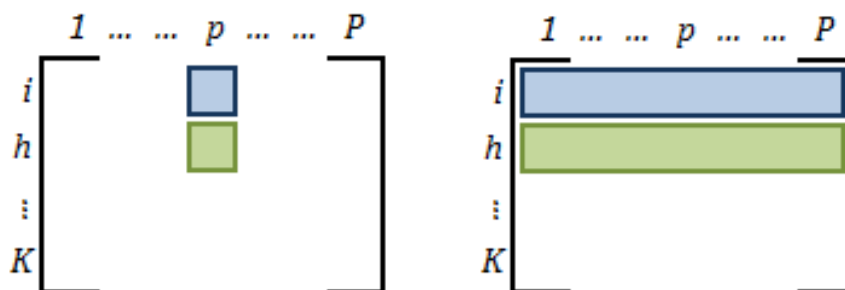
Nos dois pontos anteriores – ou seja, no indicador tradicional de Krugman (e sua adaptação direta – índice E) e nas diferentes extensões consideradas tendo em vista incluir novas dimensões de similitude estrutural – a avaliação da concorrência comercial é concretizada tendo por referência uma particular perspetiva de análise: a concorrência entre dois países (i e h) num mercado específico de destino (p). Todavia, como argumentado em Lopes et al. (2014) e Moreira et al. (2017), esta não é mais do que uma particular ótica de análise, existindo outras igualmente merecedoras de atenção e referência.

Neste ponto, introduzimos uma segunda perspetiva: a concorrência entre dois países (país i e país h) no conjunto dos mercados de destino ($m = 1, 2, \dots, M$).

Naturalmente, a questão de base que se encontra subjacente a esta nova perspectiva de análise é distinta, podendo agora ser sintetizada da seguinte forma: qual o nível de concorrência comercial existente entre dois países?

A comparação entre esta questão e a que se encontra subjacente à perspectiva anterior de análise pode, com vantagem, ser estabelecida no plano gráfico. A Figura 1 sintetiza ambas as perspectivas:

FIGURA 1 - PERSPETIVAS ALTERNATIVAS DE MEDIÇÃO DA CONCORRÊNCIA COMERCIAL



Fonte: Lopes et al. (2014).

Usando o caso português como referência, a primeira perspectiva permite, por exemplo, avaliar a concorrência entre Portugal e Espanha no mercado alemão. Por seu turno, a segunda perspectiva informa-nos sobre o nível de concorrência entre Portugal e Espanha (no conjunto dos mercados de destino). Tratam-se, portanto, de perspectivas complementares de avaliação, permitindo dar resposta a questões distintas.

Na discussão e análise desta segunda perspectiva, três aspetos carecem de referência. O primeiro aspeto prende-se com o nível de informação necessária para a concretizar. Esta informação é, como se torna claro pela sua formulação, significativamente mais vasta do que aquela que é requerida para realizar uma análise empírica centrada exclusivamente na primeira perspectiva. Um segundo elemento a ter presente refere-se ao grau de flexibilidade associado a esta segunda perspectiva. Efetivamente, a sua aplicação pode ser concretizada recorrendo não apenas ao indicador base de similitude estrutural (por exemplo, o índice E) mas também a qualquer uma das medidas expostas no ponto anterior, ou seja, métricas de similitude estrutural que abarquem não só pesos setoriais mas igualmente similitude intra-setorial e inter-setorial. De modo a deixar explícito este facto, podemos expressar o indicador de concorrência de forma abstrata:

$$L_{ih}^{TCI} = \sum_{\substack{m=1 \\ m \neq i, h}}^M TCI_{ihm} \delta_{ihm} + TCI_{i-h} \left(1 - \sum_{\substack{m=1 \\ m \neq i, h}}^M \delta_{ihm} \right) \quad [8]$$

sendo TCI_{ihm} o índice de concorrência comercial (TCI – trade competition index) entre o país i e o país h em cada mercado de destino m . Por seu lado, δ_{ihm} é o peso de cada mercado de destino no total dos mercados de destino, avaliado como a média simples desse peso para cada um dos dois países exportadores.

O terceiro elemento que importa considerar prende-se com a própria construção do índice. Uma vez que o país i exporta para h enquanto o país h exporta para i , existe um país diferente no conjunto dos mercados de destino. Para ultrapassar esse obstáculo, o último termo da equação [8] compara os fluxos bilaterais entre i e h (TCI_{i-h}).

2.4. Similitude geográfica como dimensão adicional de concorrência comercial

Na primeira perspectiva de análise, a concorrência comercial é avaliada num único mercado de destino. Nesse contexto, como se depreende, não existe qualquer dimensão geográfica relevante na análise do nível de concorrência dado que ela ocorre num só “ponto”. No entanto, quando transitamos para a segunda perspectiva de análise abordada no ponto anterior, essa dimensão geográfica emerge de forma nítida. Desse modo, uma análise completa da concorrência comercial requer que foquemos não apenas a similitude estrutural mas também a similitude geográfica. Mais

ainda, requer que essas duas dimensões sejam conjugadas numa mesma medida. Um primeiro esforço nessa direção foi realizado em Crespo et al. (2019), num artigo que, justamente, se intitula “Bringing geography into the analysis of trade competition”. Como aí é mencionado, “a complete evaluation of trade competition between two countries in all markets should also capture the degree of geographical similarity (i.e., similarity in the importance of each one of those destination markets in the overall exports of each country)” (Crespo et al., 2019, p. 948).

O novo indicador que, para este efeito, pode ser construído expressa-se do seguinte modo:

$$Q_{ih} = \sum_{m=1, m \neq i, h}^M SSI_{ihm} \left(1 - \omega \left| \frac{\delta_{im} - \delta_{hm}}{\delta_{im} + \delta_{hm}} \right| \right) \delta_{ihm} + SSI_{i-h} \left(1 - \omega \left| \frac{\delta_{hi} - \delta_{ih}}{\delta_{hi} + \delta_{ih}} \right| \right) \left(1 - \sum_{m=1, m \neq i, h}^M \delta_{ihm}\right) \quad [9]$$

em que $0 \leq \omega \leq 1$. Este parâmetro introduz flexibilidade adicional na análise uma vez que permite calibrar o peso conferido à dimensão de similitude geográfica. Quando essa dimensão é ignorada para efeito de quantificação do nível de concorrência comercial – o que equivale a assumir $\omega = 0$ – a avaliação cinge-se à tradicional mensuração da similitude estrutural, a isso confinando a leitura em termos de concorrência comercial. Por oposição, quanto maior o valor atribuído a este parâmetro, maior o peso que é conferido à dimensão similitude geográfica. No limite, quando $\omega = 1$, a dimensão geográfica é plenamente incorporada.

À semelhança dos indicadores anteriores, também Q_{ih} varia entre 0 e 1.

Uma primeira nota a enfatizar a partir desta métrica é o facto de ela permitir a incorporação de indicadores alternativos de similitude estrutural. Assim, designamos, no plano abstrato, esses indicadores como SSI (structural similarity index).

O segundo – e crítico – aspeto a ter presente, dado que se posiciona como o elemento central que suscita a emergência deste novo indicador prende-se com o facto de a média da importância relativa do mercado de destino m para os dois países exportadores em apreciação (ou seja, δ_{ihm}) não expressar quão diferente é esse peso para cada um deles. Como mencionado em Crespo et al. (2019), se, por exemplo, para o país exportador i o mercado de destino m vale 1% das suas exportações totais enquanto para o país exportador h vale 99%, a média é 50% mas a diferença de importância relativa desse mercado é extremamente elevada. Essa diferença é captada por intermédio do termo $\left| \frac{\delta_{im} - \delta_{hm}}{\delta_{im} + \delta_{hm}} \right|$. Assim, o nível máximo de concorrência comercial requer, como elemento adicional face aos que decorrem da similitude estrutural, que $\delta_{im} = \delta_{hm}$.

2.5. Outras perspetivas, outras questões em aberto

Toda a discussão que realizámos nos pontos anteriores abriu novas vertentes de mensuração de um fenómeno complexo como é a concorrência comercial. Especificamente, abordámos duas perspetivas principais de avaliação: (i) a concorrência entre dois países num mercado de destino específico; (ii) a concorrência entre dois países (no conjunto dos mercados de destino).

Apesar de essas duas questões oferecerem já um amplo leque de possibilidades de discussão e análise empírica, é importante destacar a existência de outras formas de avaliação do conceito de concorrência comercial. Neste ponto, procuramos realçar quatro perspetivas complementares de avaliação do fenómeno. Para cada uma delas, efetuamos a respetiva representação gráfica ilustrativa e explicitamos a questão fundamental a que permite dar resposta.

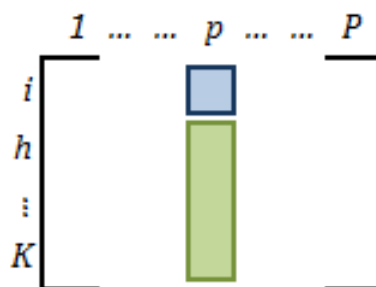
Complementarmente às duas dimensões já expostas, consideremos então as seguintes quatro perspetivas:

3ª perspetiva de análise

Questão de base: qual o nível de concorrência que um país enfrenta, num dado mercado de destino, por parte dos restantes países exportadores?

No plano gráfico, esta perspetiva de análise pode traduzir-se da seguinte forma:

FIGURA 3: TERCEIRA PERSPETIVA DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA COMERCIAL



Fonte: Lopes et al. (2014).

A título de exemplo, e assumindo, novamente, o caso português como referência, esta questão permite, por exemplo, avaliar, o nível de concorrência que Portugal enfrenta no mercado espanhol, por parte de todos os restantes países exportadores.

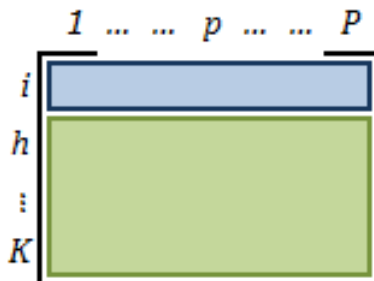
Importa clarificar que, apesar de nos referirmos a todos os outros países exportadores em termos agregados, a análise incide, primeiramente, sobre pares de países e, só depois é realizada a correspondente agregação tendo em vista obter a métrica conjunta desse nível de concorrência.

4ª perspetiva de análise

Questão de base: qual o nível de concorrência que um país enfrenta no conjunto dos mercados de destino?

Em termos gráficos, podemos representar esta perspetiva de análise da seguinte forma:

FIGURA 4: QUARTA PERSPETIVA DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA COMERCIAL



Fonte: Lopes et al. (2014).

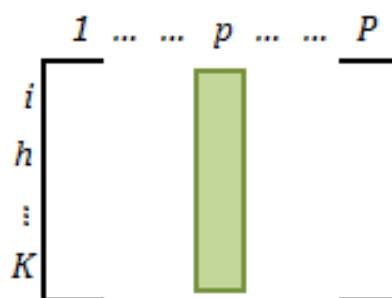
Assumindo esta perspetiva de análise, é possível, por exemplo averiguar o nível de concorrência que Portugal enfrenta no conjunto dos mercados (por parte do conjunto dos países). Numa perspetiva estritamente nacional, é, obviamente, do maior interesse em termos de análise dos níveis de internacionalização e da respetiva concorrência enfrentada, conhecer a evolução registada neste indicador ao longo de um horizonte temporal de médio/longo prazo.

5ª perspetiva de análise

Questão de base: qual o nível de concorrência existente (entre todos os países exportadores) num dado mercado de destino?

Em termos gráficos, podemos representar esta perspetiva de análise da seguinte forma:

FIGURA 5: QUINTA PERSPETIVA DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA COMERCIAL



Fonte: Lopes et al. (2014).

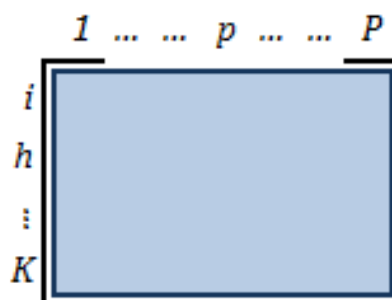
Também relativamente a esta perspetiva de análise é fácil perceber o interesse operacional de realização de uma avaliação que incida sobre o nível de concorrência existente, em termos agregados num dado mercado. Assim, por exemplo, poderá ser útil analisar a concorrência comercial existente entre os vários países que exportam para o mercado português.

6ª perspetiva de análise

Questão de base: qual o nível de concorrência existente a nível mundial (ou de um grupo pré-determinado de países)?

No plano gráfico, podemos ilustrar esta última perspetiva através da seguinte representação.

FIGURA 6: SEXTA PERSPETIVA DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA COMERCIAL



Fonte: Lopes et al. (2014).

A leitura desta derradeira perspetiva de análise produz como resultado um único valor, correspondendo a um nível (analisado no intervalo 0 – 1) de concorrência comercial mundial. Deste modo, tão relevante quanto esse nível é averiguar a sua evolução ao longo de um horizonte temporal alargado, procurando assim apurar de que forma está a evoluir essa concorrência.

3. OBSERVAÇÕES FINAIS

A discussão produzida neste documento relativamente à temática da medição da concorrência comercial permitiu salientar a forma como a podemos operacionalizar empiricamente. Foi possível enfatizar a existência de importantes progressos metodológicos recentes, trazendo novas oportunidades em termos de leituras complementares. Nem sempre, porém, esses esforços metodológicos tiveram ainda uma cabal correspondência em termos de exercícios empíricos de aplicação que permitam trazer uma riqueza adicional de conhecimento relativamente às dinâmicas de concorrência comercial à escala nacional ou mundial. Esta questão, visível sobretudo no que concerne às quatro dimensões de análise que explorámos no último ponto da seção anterior, é certamente uma das vertentes que mais atenção deverá merecer em estudos futuros.

Para além desta questão fundamental, sobressaem, em nosso entender, como pistas de aprofundamento futuro, três outros aspetos, um de natureza metodológica e dois de natureza empírica.

A nível metodológico, será vantajoso aprofundar a possível integração de dimensões diferenciadas de análise. Especificamente, seria interessante alargar a consideração das diferentes dimensões de similitude estrutural discutidas na seção 2.2, ou seja a similitude intra e inter-setorial, a outras óticas de análise. A riqueza acrescida de interpretação que este cruzamento permite poderia suscitar indicações particularmente úteis para a quantificação dos níveis de concorrência comercial à escala mundial.

Relativamente ao domínio empírico, cabe realçar o interesse na produção de evidência empírica cobrindo um leque mais vasto de países e horizontes temporais mais amplos. Adicionalmente, seria muito importante identificar, com recurso a métodos de natureza econométrica, os principais determinantes dos níveis de concorrência detetados. A relevância deste último ponto surge realçada pelo facto de não existir ainda, de acordo com o nosso melhor conhecimento, estudos empíricos incidindo sobre esta particular vertente.

Em síntese conclusiva, diríamos que a temática da concorrência comercial se posiciona como central na leitura dos fenómenos de internacionalização dos países. Sendo certo que no plano dos métodos, apesar dos esforços já desenvolvidos (retratados neste artigo), muito subsiste por desenvolver e aprofundar, em nosso entender é sobretudo no plano empírico que a premência de novos contributos de investigação se materializa de forma mais vinculada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Crespo, N. e N. Simoes (2012), "On the measurement of a multidimensional concept of structural similarity", *Economics Letters*, 116(1), pp. 115-117.
- Crespo, N., N. Simoes e S. Moreira (2019), "Bringing geography into the analysis of trade competition", *Applied Economics Letters*, 26(11), pp. 948-953.
- Dreher, A. (2006), "Does globalization affect growth? Evidence from a new index of globalization", *Applied Economics*, 38(10), pp. 1091-1110.
- Fontagné, L., G. Gaulier e S. Zignago (2008), "North-South competition in quality". *Economia Politica*, 53, pp. 51-91.
- Gygli, S., F. Haelg, N. Potrafke e J. Sturm (2019), "The KOF globalisation index – revisited", *Review of International Organizations*, 14, pp. 543-574.
- Jenkins, R. (2008), "Measuring the competitive threat from China for other Southern exporters", *The World Economy*, 31(10), pp. 1351-1366.
- Krugman, P. (1991), *Geography and Trade*, MIT Press, Londres.
- Lopes, V., N. Simoes e N. Crespo (2014), "A methodological contribution for measuring trade competition", MPRA Working Paper No. 58042.
- Martens, P., M. Caselli, P. de Lombaerde, L. Figge e J. Scholte (2015), "New directions in globalization indices", *Globalizations*, 12(2), pp. 217-228.
- Moreira, S., N. Simoes e N. Crespo (2017), "A contribution to a multidimensional analysis of trade competition", *The World Economy*, 40(10), pp. 2301-2326.
- Palan, N. (2010), "Measurement of specialization - the choice of indices", FIW Working Papers No. 62.