

### DIREITOS DE PROPRIEDADE E VANTAGEM COMPETITIVA AO LONGO DA CADEIA AGROALIMENTAR

Tulio Arvelo Duran<sup>(1)</sup>

**E**ste é um tema ainda não muito bem equacionado na economia brasileira, que trata do respeito aos direitos de propriedade ao longo das cadeias agroalimentares, muitas vezes aviltados por excesso de poder econômico e político de alguns agentes.

Num mundo globalizado, a competitividade das nações é função direta da competitividade dos grupamentos produtivos que a compõem. Muito se fala do “Custo Brasil” decorrente da nossa distorcida matriz de transportes. Entretanto, pouco se fala da falta de competitividade, fruto da desorganização das nossas cadeias agroalimentares e do poder de mercado de alguns elos da cadeia, em detrimento de outros e da própria competitividade do mercado. Aqui, poder de mercado se refere “à habilidade de uma firma aumentar o preço cobrado aos seus clientes ou reduzir o preço pago aos seus fornecedores num montante mesmo pequeno, porém significativo, sem que esse ato possa ser anulado por uma resposta competitiva contrária feita por outras firmas

nesse mercado com o objetivo de ganhar esses clientes ou fornecedores”<sup>(2)</sup>.

O instrumento, por excelência, para combater este problema são as leis que protegem a concorrência, chamadas leis “antitrust”. No caso brasileiro, são as leis que outorgam poderes ao CADE<sup>(3)</sup>.

O foco maior da política deve ser sempre a preservação dos mercados competitivos. O papel do Governo precisa ser orientado para proteger a concorrência, e não os agentes econômicos envolvidos.

Na década de 40, Clark<sup>(4)</sup> deu um novo sentido ao conceito de “concorrência”, um sentido prático. Até hoje o ceticismo impera e a concorrência é ainda considerada utópica, dentro do jargão de que “concorrência perfeita” ou “pura” somente existe nos livros-textos e/ou na cabeça de economistas ingênuos. Clark define concorrência de preços da seguinte maneira:

“Concorrência é a rivalidade na venda de produtos, onde em cada unidade vendida normalmente se procura o máximo de receita, em condições tais que o preço ou preços que cada vendedor consegue cobrar são efetivamente limitados pela livre opção do comprador de comprar de outro vendedor ou vendedores rivais, no que se considera ser o “mesmo” produto, necessitando-se um esforço por parte dos vendedores para igualar ou superar a atratividade da oferta dos outros...”

A partir desse trabalho seminal, houve uma avalanche de estudos para aprimorar o conceito de Clark, de concorrência na prática. Sosnick<sup>(5)</sup> propõe a seguinte lista de atributos ou “check list” para avaliar se há ou não concorrência. Ele a divide em três tipos de normas: de estrutura, de conduta e de desempenho. São elas:

<sup>(1)</sup> Secretário de Planejamento Estratégico da CONAB

<sup>(2)</sup> Ver Ross, Douglas, Antitrust Enforcement and Agriculture, Agricultural Outlook Forum 2000, Washington.

<sup>(3)</sup> Leis 8.884/94, 9096/95, 9.021/95 e MP2. 055/2000.

<sup>(4)</sup> Clark, John M., Toward a Concept of Workable Competition”, American Economic Review, 30 (junho 1940), p. 242.

<sup>(5)</sup> Sosnick, Stephen H., “A Critique of Concepts of Workable Competition”, Quarterly Journal of Economics, 72 (agosto 1958), pp. 380-423

### **Normas de Estrutura**

1. A existência de tantos vendedores quanto as economias de escala o permitirem.
2. Que as diferenças de qualidade sejam moderadas e sensíveis aos preços.
3. Que não haja limitação de mobilidade ou de entrada.
4. Que haja disponibilidade razoável de informação de mercado.
5. Que os vendedores sejam céticos a que cortes nos preços serão seguidos pelos outros concorrentes.

### **Normas de Conduta**

1. Ausência de colusão.
2. Ausência de proteção para fornecedores ou clientes ineficientes.
3. Ausência de táticas injustas, exclusivistas, predatórias e coercitivas.
4. Ausência de discriminação de preços desmedida e prejudicial (cobrança de diferentes preços e diferentes clientes pelo mesmo produto).
5. Ausência de promoções de venda mal-intencionadas ou fraudulentas.
6. Resposta rápida dos compradores à diferença de atributos do produto.

### **Normas de Desempenho**

1. Eficiência na produção e distribuição.
2. Lucro suficientemente justo para recompensar o investimento, a eficiência e inovação.
3. Ausência de despesas excessivas em propaganda.
4. Produção consistente com eficiência alocativa.
5. Ciclo econômico não intensificado por flutuações de preços.
6. A qualidade e o nível de produção refletindo mudanças na demanda do consumidor.
7. Adoção apropriada de produtos e processos tecnologicamente superiores.
8. Preocupação com as exigências de segurança nacional, de bem-estar dos empregados e de problemas ambientais.
9. Ausência de concentração excessiva de poder econômico e político.

Existem três violações básicas da concorrência, ao longo da cadeia agroalimentar. A primeira diz respeito à conspiração para negar acesso ao mercado, ou suprimir o próprio mercado competitivo, denominada *colusão*. Neste caso, algumas firmas, ao longo da cadeia, concordam em evitar concorrência entre si mesmas. Esta é uma subversão propositada contra a operação normal do livre mercado, e pode resultar em sérios danos a consumidores e outros fornecedores. Normalmente, ela resulta em aviltamento de preços a consumidores, ou em preços deprimidos para os fornecedores. Os tipos mais comuns de colusão são a fixação de preços (manipulação de leilões públicos e de preços, para descolá-los da evolução do mercado internacional), os acordos

de repartição de mercados e os acordos para sufocar determinado consumidor, fornecedor ou concorrente, entre outras práticas.

A segunda maneira de restringir ou eliminar a concorrência é a tentativa de utilizar uma conduta predatória para atingir o poder de monopólio em determinado mercado. É o caso da firma dominante tentando expulsar seus concorrentes do mercado, interferindo na habilidade que eles possam ter de se engajar no seu negócio. Atitudes como a recusa da firma dominante de comprar de produtores que vendem a seus concorrentes, a recusa em utilizar o transporte das companhias de logística que trabalham para seus concorrentes, ou mesmo a recusa em vender aos atacadistas e varejistas que compram de seus concorrentes, se enquadram nesta categoria.

Por último, a concorrência é aviltada através de fusões e aquisições que possam reduzir a competição, no mercado, de um produto ou de uma área geográfica. Aqui, a palavra chave é concentração de mercado. Quando a fusão pode modificar a estrutura de mercado vigente, é bem provável que ocorra uma redução substancial na concorrência.

Nos três casos, para que a ação legal seja efetiva, é necessário que se prove que houve colusão, tentativa de monopolizar o mercado, ou que a fusão prejudicou a concorrência. Essa tarefa não é simples. No caso de colusão, é preciso provar que houve acordo entre as firmas. Não basta provar que duas firmas concordaram em fixar um preço igual, ou que cada uma atua em área distinta da outra. Uma análise dos preços vigentes através do tempo, a análise dos padrões de atendimento a leilões públicos, é a prova de que eles não seguem padrões competitivos. No caso de tentativa de monopolizar o mercado, dois ingredientes são fundamentais: a prova de participação relativa ("market share") elevada de uma firma, e que ela tenha tido uma conduta predatória de exclusão dos concorrentes. Para o caso de fusões, é necessário estudar se tal fusão pode aumentar o poder de mercado, ou se ela facilita o exercício do poder de mercado.

No caso brasileiro, ainda está longe uma presença marcante do CADE no setor agropecuário: a criação de um conselheiro especial para o setor, no CADE, talvez seja um bom início. O cargo existe no Departamento de Justiça dos Estados Unidos e, no momento, algumas batalhas já foram ganhas e outras estão em curso<sup>(6)</sup>.

Caso esta sugestão seja acatada, será possível futuramente entender melhor por quê:

- 1) a PGPM não atinge, como deveria, o pequeno produtor;
- 2) o EGF é concentrado em determinados elos da cadeia;
- 3) o mercado futuro de preços e opções da BM&F, para grãos e algodão, não prospera;
- 4) o preço do arroz em casca, ao produtor, caiu recentemente 50%, enquanto o preço do arroz branco, na prateleira do consumidor, não acompanhou essa queda, e
- 5) o preço do algodão em pluma, este ano, descolou do preço do mercado internacional, em que pese aos esforços do Governo para que isso não acontecesse.

<sup>(6)</sup> Ver Ross op. cit. para casos de colusão no mercado de rações e nos leilões de venda de gado, para o caso de fusões prejudiciais à concorrência, nos mercados de sementes de milho geneticamente modificadas e de sementes de algodão, e nos mercados de soja e de tratores e implementos agrícolas.