

## Política Antitruste e Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC)

Apresentação inteiramente baseada nas referências bibliográficas citadas

Apresentação cedida por Mariusa Momenti Pitelli – UFSCar – Sorocaba  
\* Versão resumida da apresentação original

### Tópicos:

- 1 – Origens da Política Antitruste
- 2- Abordagens da Política Antitruste
- 3 – Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência
- 4- Das Infrações
- 5- Análise de Atos de Concentração

## 1- ORIGENS DA POLÍTICA ANTITRUSTE

### **Sherman Act:**

- **Estados Unidos: aprovação do *Sherman Act*, em 1890.**

✓ representa o ponto de partida para o estudo dos problemas jurídicos relacionados à disciplina do poder econômico;

✓ é um diploma legal contra a concentração de poder de mercado nas mãos de agentes econômicos.

- **O *Sherman Act*:**

- Composto de dois pontos centrais:

- i) Proibição de qualquer tipo de contrato ou combinação entre firmas de modo a restringir a oferta;
- ii) Proibição de monopolização de qualquer indústria ou setor

- **Devido à falta de clareza nas definições e procedimentos de análises para os crimes previstos no *Sherman Act*, duas leis adicionais foram criadas:**

- Clayton Act
- Federal Trade Commission Act

Obs: o *Sherman Act* não continha regras que disciplinassem o processo de concentração de empresas.

- **1914: é promulgado o *Clayton Act*:**

- separou práticas como a discriminação de preços, contratos de exclusividade e fusões e estabeleceu que essas práticas seriam ilegais apenas se diminuíssem sensivelmente a competição ou gerassem monopolização.

- **Ainda em 1914: criação do FTC:**

- criação de uma agência para investigar e controlar métodos anticompetitivos: agência independente, denominada Federal Trade Commission (FTC);
- até então era realizada exclusivamente pelo DOJ (Divisão antitruste do Departamento de Justiça norte-americano)

- **A sistemática adotada pelo *Clayton Act* inspirou várias legislações antitrustes**

## 2- ABORDAGENS DA POLÍTICA ANTITRUSTE

- Dois grupos principais se antagonizavam na discussão ao Sherman Act e esses grupos tiveram sua argumentação utilizada e reutilizada em momentos históricos posteriores:

"Necessidade da efetiva proteção dos consumidores"

"Empresas com poder de mercado irão implementar condutas anticompetitivas"

Posteriormente: Escola de Harvard

"Qualquer lei restritiva da livre concorrência teria por consequência manter no mercado empresas ineficientes (...)"

"Antitruste reprime o progresso"

Posteriormente: Escola de Chicago

- **"Escola de Harvard" (anos 50) - abordagem estruturalista**

- ✓ preocupa-se, sobretudo, com o aumento da concentração do mercado e com a presença de barreiras à entrada;
- ✓ a concentração é a variável-chave;
- ✓ a conduta do agente econômico está diretamente ligado à estrutura de mercado (modelo E-C-D)

- **Escola de Chicago**

- ✓ considera que a concentração em si não é um mal, desde que seja vista em termos da eficiência econômica (produção ao menor custo).
- ✓ estruturas concentradas, se resultarem em uma economia de recursos que compense seus efeitos anticompetitivos, não podem ser consideradas ineficientes.

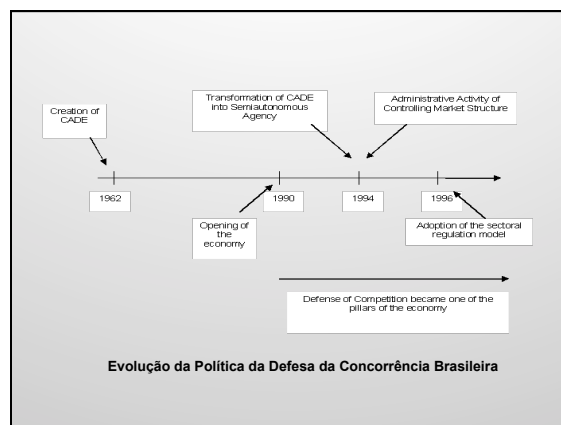
- **Em resumo: "a concentração industrial é uma condição necessária para a acumulação assimétrica de poder de mercado, e por consequência para a possibilidade de seu exercício de forma anti-competitiva; mas de modo algum é condição suficiente." (POSSAS et al, 1995: 21, apud GAMA, M.M.).**

- **Como os órgãos antitrustes lidam com essa duas abordagens?**

- tendem a avaliar não somente os efeitos anticompetitivos derivados concentração de mercado (abordagem ECD), mas também os potenciais impactos em termos de ganhos de eficiência (abordagem da escola de Chicago).

Análise do efeito líquido

### 3- SISTEMA BRASILEIRO DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA (SBDC)



#### 1) Período: 1962-1989:

- início da industrialização, caracterizado por um alto grau de concentração da produção.
- ação de um Estado intervencionista: a sinalização para a alocação de recursos deveria ser dada diretamente pelo Estado, investindo em atividades produtivas com elevadas integrações na cadeia produtiva, ou dando incentivos fiscais e creditícios para os investimentos privados desejáveis.



Resultado: preços altos, pouca escolha e baixa qualidade dos bens e serviços disponíveis.

- **Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE):**
  - criado em 1962;
  - sua principal função era controlar abusos de preços (estabilizar preços);
  - ainda não tinha como função aplicar política concorrencial. Não previa, por exemplo, o controle preventivo de atos de concentração.
- **Outros órgãos em paralelo: SUNAB (1962) e CIP (Conselho Interministerial de Preços), criado em 1967.**
  - o controle de preços e as ações para aplicá-lo facilitaram as reuniões e as discussões de preços e salários



estimulou práticas de CARTEL!

#### • Além disso:

- CIP convocava reuniões de associações ou sindicatos de produtores e juntos discutiam custos e fixavam preços.
- Ou seja, o objetivo do CIP era igual ao de qualquer cartel: estabilizar o preço de mercado.
- Portanto, o controle de preços praticado pelo CIP era totalmente anticompetitivo.
- **A questão que se coloca é qual o significado da existência do CADE nesse ambiente?**
  - não havia espaço para atuação do CADE em política de defesa da concorrência.

#### 2) De 1990 a 1994:

- **Abertura comercial**
- **Adequação das tarifas e normas do comércio internacional brasileiro às novas regras da Organização Mundial do Comércio (OMC).**
- **O processo de privatização de empresas iniciado em 1992 e a liberação dos preços atingem o auge com o novo ordenamento econômico do Plano Real, que eliminou progressivamente os subsídios e vantagens anticompetitivas a produtores domésticos.**
- **Em junho de 1994, o Brasil abandona definitivamente o controle de preços, trocando-o pela lei da oferta e da demanda.**

**3) A partir de 1994:**

- A defesa da concorrência torna-se um dos pilares da economia (Lei nº 8.884/94).
- CADE é transformado em uma autarquia ligado ao Ministério da Justiça.
- **Constituição das autoridades brasileiras de defesa da concorrência:**
  - Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE), do Ministério da Fazenda;
  - Secretaria de Direito Econômico (SDE), do Ministério da Justiça;
  - Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

**4) Mudança em 2011: nova Lei de defesa da concorrência (Lei nº 12.529/11) – reestrutura o SBDC****Objetivo e Estrutura:**

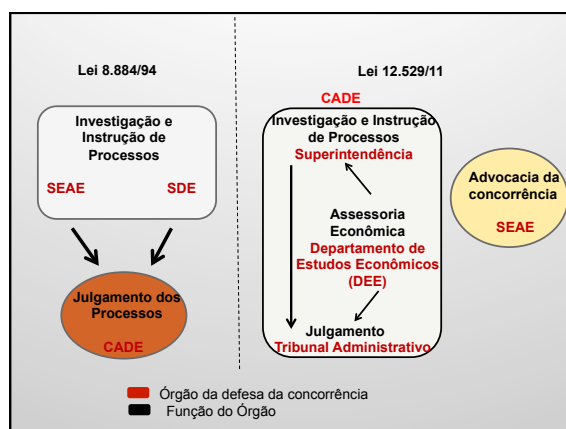
- O Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) é responsável pela promoção de uma economia competitiva, por meio da prevenção e da repressão de ações que possam limitar ou prejudicar a livre concorrência no Brasil.
  - **Ao se assegurar a livre concorrência, garante:**
    - preços mais baixos,
    - produtos de maior qualidade,
    - diversificação e inovação,
- ↳ aumentam, portanto, o bem-estar do consumidor
- O consumidor é sempre o beneficiário final das normas de defesa da concorrência

**A atuação dos órgãos do SBDC na defesa da concorrência:**

- ❖ **Ação preventiva:** dá-se por meio da análise das operações de concentração (p.ex., fusões, aquisições e incorporações de empresas) e cooperação econômica (p.ex., determinadas joint ventures).
- ❖ **Ação repressiva:** dá-se por meio da investigação e punição de condutas anticompetitivas. São exemplos de práticas lesivas à concorrência o cartel e as práticas abusivas de empresas dominantes (acordos de exclusividade, vendas casadas, preços predatórios, etc.).
- ❖ **Ação educativa:** difusão da cultura da concorrência, por meio de seminários, palestras, cursos e publicações de relatórios e matérias em revistas especializadas para difundir a importância da concorrência para a sociedade.

**Mudança recente na Estrutura do SBDC:**

- Em 30 de Novembro de 2011 foi sancionada a Lei nº 12.529/11, que reestrutura o SBDC e o CADE.
  - essa nova Lei de defesa da concorrência entrou em vigor em 29 de maio de 2012.
  - a Lei anterior, Lei nº 8.884/94, vigorou até 28 de maio de 2012
- A lei de defesa da concorrência dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica e dá outras providências.

**Principais mudanças com a nova LEI:**

- A notificação de Atos de Concentração (A.C.) será **prévia** (antes de se concretizar a operação entre as empresas)
  - anteriormente: as empresas tinham até 15 dias úteis após a realização do ato de concentração para notificar o CADE (pós notificação)
- Alteração dos critérios de notificação (sai o critério de 20% de participação no mercado relevante como exigência de notificação)

#### 4 – DAS INFRAÇÕES

• **Art. 36 da Lei 12.529/2011: Das Infrações:**

- I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;
- II - dominar mercado relevante de bens ou serviços;
- III - aumentar arbitrariamente os lucros; e
- IV - exercer de forma abusiva posição dominante.

• **São combatidas práticas anticompetitivas que levem a uma monopolização, tais como:**

- Preços predatórios
- Contratos de exclusividade
- Venda casada

• **Regra da razão:** As práticas acima não são ilegais *per se*; é necessário avaliar a intenção e o efeito;

• **Art. 36 § 3º - as seguintes condutas caracterizam infração da ordem econômica:**

- I - acordar, combinar, manipular ou ajustar com concorrente, sob qualquer forma:
- a) os preços de bens ou serviços ofertados individualmente; **CARTEL**
  - b) a produção ou a comercialização de uma quantidade restrita ou limitada de bens ou a prestação de um número, volume ou frequência restrita ou limitada de serviços;
  - c) a divisão de partes ou segmentos de um mercado atual ou potencial de bens ou serviços, mediante, dentre outros, a distribuição de clientes, fornecedores, regiões ou períodos;
  - d) preços, condições, vantagens ou abstenção em licitação pública;
- II - promover, obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes;
- III - limitar ou impedir o acesso de novas empresas ao mercado;
- IV - criar dificuldades à constituição, ao funcionamento ou ao desenvolvimento de empresa concorrente ou de fornecedor, adquirente ou financiador de bens ou serviços;
- V - impedir o acesso de concorrente às fontes de insumo, matérias-primas, equipamentos ou tecnologia, bem como aos canais de distribuição;
- VI - exigir ou conceder exclusividade para divulgação de publicidade nos meios de comunicação de massa;
- VII - utilizar meios enganosos para provocar a oscilação de preços de terceiros;
- VIII - regular mercados de bens ou serviços, estabelecendo acordos para limitar ou controlar a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico, a produção de bens ou prestação de serviços, ou para dificultar investimentos destinados à produção de bens ou serviços ou à sua distribuição;

IX - impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros;

X - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços; **DISCRIMINAÇÃO DE PREÇO**

XI - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais;

XII - dificultar ou romper a continuidade ou desenvolvimento de relações comerciais de prazo indeterminado em razão de recusa da outra parte em submeter-se a cláusulas e condições comerciais injustificáveis ou anticoncorrenciais;

XIII - destruir, inutilizar ou açambarcar matérias-primas, produtos intermediários ou acabados, assim como destruir, inutilizar ou dificultar a operação de equipamentos destinados a produzi-los, distribuí-los ou transportá-los;

XIV - açambarcar ou impedir a exploração de direitos de propriedade industrial ou intelectual ou de tecnologia;

XV - vender mercadoria ou prestar serviços injustificadamente abaixo do preço de custo; **PREÇO PREDATÓRIO**

XVI - reter bens de produção ou de consumo, exceto para garantir a cobertura dos custos de produção;

XVII - cessar parcial ou totalmente as atividades da empresa sem justa causa comprovada;

XVIII - subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem; e **VENDA CASADA**

XIX - exercer ou explorar abusivamente direitos de propriedade industrial, intelectual, tecnologia ou marca.

### Preço Predatório

• **A análise de Preço Predatório é feita com base no Guia (Portaria nº70, de 12 de dezembro de 2002), em 5 etapas:**

- (i) **Definição de mercado relevante** – delimitação do que está sendo afetado pela prática de preços predatórios;
- (ii) **Avaliação das barreiras à entrada** – se não forem significativas, a análise não deve prosseguir, pois a empresa não seria capaz de obter lucros extraordinários pela entrada de novos concorrentes;
- (iii) **Condições de oferta** – verificar se a suposta empresa predatória possui capacidade ociosa para atender à nova demanda;
- (iv) **Capacidade de financiamento** – a análise deve apontar essa capacidade para sustentar as perdas incorridas no período de predação;
- (v) **Preço e custo** – a última etapa verifica se o preço é inferior ao custo variável médio e se há justificativas

## 5 – ANÁLISE DOS ATOS DE CONCENTRAÇÃO

- **Art. 90.** Para os efeitos do art. 88 desta Lei, realiza-se um ato de concentração quando:
  - I - 2 (duas) ou mais empresas anteriormente independentes se fundem;
  - II - 1 (uma) ou mais empresas adquirem, direta ou indiretamente, por compra ou permuta de ações, quotas, títulos ou valores mobiliários conversíveis em ações, ou ativos, tangíveis ou intangíveis, por via contratual ou por qualquer outro meio ou forma, o controle ou partes de uma ou outras empresas;
  - III - 1 (uma) ou mais empresas incorporam outra ou outras empresas; ou
  - IV - 2 (duas) ou mais empresas celebram contrato associativo, consórcio ou joint venture.
- O SBDC irá avaliar se essa operação será capaz de gerar prejuízos concorrenciais - **exercício de poder de mercado**.

- **Monopólio em si não é ilegal**
- **A Lei controla as fusões que podem levar à monopolização, e ainda assim pode permitir o monopólio se:**
  - A concorrência potencial o disciplinar;
  - A fusão trazer eficiências que mais que compensem os possíveis danos gerados

- **De acordo com a legislação que regulamenta a defesa da concorrência no Brasil, a análise do poder de mercado se desenvolve com base em dois elementos:**
  - identificação do faturamento das empresas envolvidas na operação; e
  - identificação do procedimento a ser aplicado (sumário ou ordinário).

### Sumissão do A.C. ao SBDC

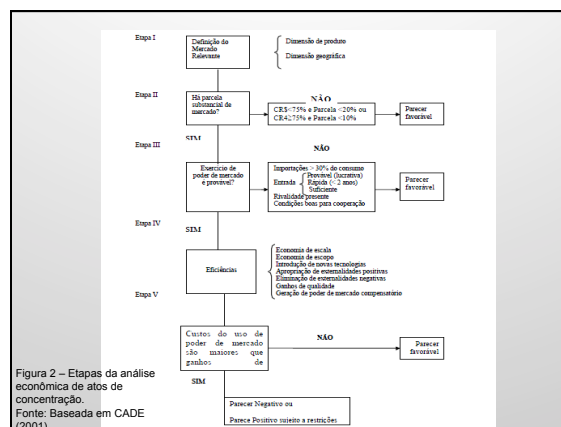
- Art. 88. da Lei nº 12.529/11, retificado pela Portaria nº 994, de 30 de maio de 2012 : Serão submetidos ao CADE pelas partes envolvidas na operação os atos de concentração econômica em que, **cumulativamente:**
  - I - pelo menos um dos grupos envolvidos na operação tenha registrado, no último balanço, faturamento bruto anual ou volume de negócios total no País, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 750.000.000,00; e
  - II - pelo menos um outro grupo envolvido na operação tenha registrado, no último balanço, faturamento bruto anual ou volume de negócios total no País, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 75.000.000,00 .

- **Prazo de análise:**

Art. 88 § 2º - O controle dos atos de concentração será prévio e realizado em, no máximo, **240 (duzentos e quarenta) dias**, a contar do protocolo de petição ou de sua emenda
- **Para avaliar os possíveis efeitos anticompetitivos, tanto na primeira fase (antes da instrução complementar), como na segunda fase, utiliza-se:**
  - ✓ **GUIA PARA ANÁLISE ECONÔMICA DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL** (PORTARIA CONJUNTA SEAE/SDE Nº 50, DE 1º DE AGOSTO DE 2001).
  - ❖ É um *check-list*, que permite uma noção da capacidade de elevar preços pelas firmas envolvidas na operação.
- Nos casos sem complexidade os casos serão arquivados, sem a emissão de parecer público.

### Guia para análise de atos de concentração horizontal:

- **Etapas:**
- ✓ **Etapa I** – Definição do Mercado Relevante;
- ✓ **Etapa II** – Determinação da Parcela de Mercado – exercício unilateral e coordenado (C4);
- ✓ **Etapa III** – Exame da Probabilidade de Exercício de Poder de Mercado – condições de entrada de empresas no setor e rivalidade entre as empresas já atuantes no setor; importações
- ✓ **Etapa IV** – Exame das Eficiências Econômicas Geradas pelo Ato;
- ✓ **Etapa V** - Avaliação dos Efeitos Líquidos do Ato.



#### Etapa I - Mercado Relevante

- Os índices de concentração (parcelas de mercado, CR, HHI) são calculados dentro do mercado relevante definido
- Então, se o mercado relevante não for adequadamente definido, esses índices de concentração também não serão.
- Consequências:
  - superestimar o poder de mercado das empresas: quando o mercado for definido de forma muito estreita (deixou de incluir produtos substitutos ao mercado analisado)
  - subestimar o poder de mercado: quando o mercado for definido de forma muito ampla (inclui produtos que não verdade não são substitutos ao mercado analisado)

Ex: Qual é o mercado relevante para o SALAME?

- Dimensão produto:

- a) Carnes processadas como um todo (cozida, fresca, curada, consumo a frio): linguíça, salsicha, salame, mortadela, bacon, paio?
- b) OU Carne processada apenas para consumo a frio: presunto mortadela, salame, copa...?
- c) OU apenas salame?

- Dimensão geográfica:

- a) Mercado nacional?
- b) Mercado regional?
- c) Mercado estadual?

→ Enfim: é preciso conhecer bem o mercado do produto analisado

**Teste do monopolista hipotético (SSNIP): o mercado relevante é definido como menor grupo de produtos e a menor área geográfica necessários para que um suposto monopolista esteja em condições de impor um pequeno porém significativo e não transitório aumento de preços (Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração).**

#### Formas de implementação do TMH (SSNIP):

**Qualitativa:** análise qualitativa de informações

- perguntas às Requerentes, às concorrentes, aos clientes, aos fornecedores, aos distribuidores.

**Quantitativa:** Cálculo da elasticidade própria da demanda; Cálculo da elasticidade preço cruzada; Teste de correlação de preços...

**Qualitativa (questionada já na submissão do Ato):**

- Análise das características físicas dos produtos (definição, aplicação, especificidades);
- Substituição sob a ótica da demanda: possibilidade dos consumidores desviarem sua demanda para produtos substitutos (custos de transporte, especificidade do produto);
- Substituição sob a ótica da oferta: possibilidade de flexibilização na produção dos produtos envolvidos na operação (processo produtivo, força de trabalho, maquinário), considerando os custos envolvidos para tal e o tempo necessário (**até um ano**);
- Possibilidade de importação do produto – para saber se o mercado geográfico pode ser internacional (30% do consumo aparente).

**Quantitativo:****Produto Homogêneo:**

- Um mercado caracterizado por produtos homogêneos é aquele onde o consumidor percebe todos os bens como idênticos em todas as dimensões (características intrínsecas e dimensão geográfica).
  - Exemplos são: petróleo, gás, produtos agrícolas, gasolina.
- Modelos econométricos: Lineares e Log-Lineares
- Modelos econométricos de séries temporais: cointegração e testes de parâmetros.

**Produtos Diferenciados**

- Modelos contínuos: Ex. AIDS
- Modelos de Escolha discreta: a escolha do produto se dá de forma indireta a partir das preferências dos consumidores pelos atributos e não pelo produto em si.
  - Logit
  - Logit Agrupado
  - Mixed

**Exemplo Caso Sadia Perdigão  
Ato de Concentração n° 08012.004423/2009-18**

- Mercados Relevantes Definidos:
  - Dimensão Produto:
    - ❖ Várias Carnes in natura e carnes processadas (lado da venda de produtos pelas empresas) – **ver os mercados no Quadro abaixo**
    - ❖ Demanda por insumos para o abate (lado da compra de insumos pelas empresas): **mercado de abate de suínos; mercado de abate de frango; mercado de abate de peru**
  - Dimensão geográfica:
    - ❖ Para os mercados de Carnes in natura e carnes processadas: **nacional**
    - ❖ Para os mercados de abate: **estadual**

**Ex: Caso Sadia Perdigão  
Ato de Concentração n° 08012.004423/2009-18**

Grupo	Segmento	Mercados relevantes	Nº
Carnes in natura	Frangos	Frangos	1
	Suínos	Suínos	2
	Peru	Peru	3
	Bovino	Bovino	4
Congelados	Pratos prontos congelados	Lasanhas e pratos prontos (pizza, ravioli, comida oriental, etc.)	5
		Pizzas congeladas	6
	Pratos Semi-prontos congelados	Pão de queijo e pães prontos congelados	7
		Hamburguer (carne bovina e carne de frango)	8
	Batatas e vegetais	Empanadas de frango	9
		Kibes e almôndegas	10
		Batatas e vegetais	11
	Carnes processadas para consumo a frio	Presunto (suíno e frango) e apimentado	12
		Mortadela	13
		Salame	14
Frios (espécies (copa, etc.)		15	
Carnes processadas cozida semi-pronta		Salsicha (suíno, frango e peru)	16
Carnes processadas para consumo a quente	Carne processada fresca	Lingüiça fresca	17
	Carne processada defumada	Lingüiça defumada, paio e bacon	18
	Kit festa aves	Fender de frango; Chester, peru temperado congelado	19
Kit festa	Kit festa suíno	Lombo suíno temperado congelado; pernil suíno defumado; pernil com osso temperado; presunto tender; tender suíno	20
	Margarinas	Margarinas	21

Elaboração SESA/MF

**Etapas II – Cálculo dos índices de concentração**

- Inferências a respeito da possibilidade do exercício de poder de mercado:
  - possibilidade de exercício de poder de mercado unilateral (market-share): **≥20%**
  - possibilidade de exercício de poder de mercado coordenado (C4): **≥75% e market-share ≥ 10%** - Análise de efeitos coordenados segue check-list de fatores facilitadores de conluio,
    - critérios do HHI (Federal Trade Commission – merger guideline de 2010)
      - ✓ Mercados Não Concentrados: HHI inferior a 1500;
      - ✓ Mercados Moderadamente Concentrados: HHI entre 1500 e 2500;
      - ✓ Mercados Altamente Concentrados: HHI acima de 2500.



### Etapa III – Análise de entrada e rivalidade

#### 1) Condições de entrada:

A entrada deve ser, simultaneamente:

- **Provável;**
- **Tempestiva;**
- **Suficiente.**

#### a. Entrada provável:

- Entrada provável se:  $EMV < OV$

- Escala mínima viável (EMV) – menor nível de venda anual que o entrante potencial deve obter para que seu capital seja adequadamente remunerado.

- Oportunidade de vendas (OV) – são as parcelas de mercado potencialmente disponíveis às empresas entrantes.

#### b. Entrada tempestiva

- De acordo com o Guia Para Análise Econômica de Atos de Concentração Horizontal, considera-se como prazo aceitável para entrada o período de 2 anos.
- Neste prazo incluem-se todas as etapas necessárias à entrada no mercado, tais como, planejamento, desenho do produto, estudo de mercado, obtenção de licenças e permissões, construção e operação da planta, promoção e distribuição do produto.

#### c) Entrada suficiente:

- consiste na exploração adequada, pelo entrante potencial, de todas as oportunidades de vendas.
- verificação da suficiência da entrada:
  - comparação da capacidade ociosa (CO) total das empresas no mercado relevante (inclusive requerentes) com as oportunidades de vendas.
  - CO permite uma resposta rápida das empresas já instaladas a qualquer aumento de demanda, inibindo assim a entrada de um novo concorrente

- Critérios para verificar suficiência da entrada:

1. se  $CO \geq OV \rightarrow$  a entrada não é suficiente;

2. se  $CO < OV \rightarrow$  a entrada será suficiente se  $EMV < (OV - CO)$ , caso contrário, a entrada não será suficiente.

- Exemplo hipotético

Suponha as seguintes hipóteses:

EMV (Escala Mínima Viável) = 150

CO (Capacidade Ociosa) = 100

OV (Oportunidade de Vendas) = 200

$EMV = 150 > (200 - 100) = (OV - CO)$

$\rightarrow$  Entrada não suficiente

**2) Rivalidade:**

- A análise de rivalidade busca verificar se a operação pode reduzir a competitividade no mercado.

- Condição necessária – existem outras firmas no mercado;
- Condição suficiente – as firmas que existem no mercado são capazes de contestar a posição dominante da líder

**Verificação:**

- Análise gráfica da evolução da parcela de mercado (em pelo menos 3 anos).
- Produto diferenciado: Elasticidades Cruzadas.

**Etapa IV – Eficiências**

Esta é uma parte muito difícil de demonstrar- AS EFICIÊNCIAS DEVEM SER **INTRINSECAS À OPERAÇÃO: não poderia ser gerada isoladamente pelas firmas**

Utilização de modelos de simulação: se apresentam como uma ferramenta para auxiliar a análise quantitativa dos efeitos líquidos de uma fusão horizontal.

- PCAIDS (Proportionately Calibrated Almost Ideal Demand System)
- é possível quantificar os aumentos de preços gerados pela redução da concorrência, resultante da fusão, e também incluir os efeitos de redução de custos marginais originados pelos ganhos de eficiência da operação
- Dessa forma, obtém-se um resultado quantitativo indicando os efeitos líquidos da fusão sobre os preços e quantidades do mercado.
- Bibliografia: Guerriero, I.R. Uso de modelos de simulação de fusões horizontais na análise antitruste: revisitando o caso AMBEV. Anpec, 2008

**Recomendações possíveis**

a) aprovar o ato, quando este não diminuir o bem-estar do consumidor e a eficiência econômica;

b) aprovar o ato com restrições, impedindo que este diminua o bem-estar do consumidor e a eficiência econômica e (Ex: caso Sadia e Perdigão)

c) reprovar o ato, quando a alternativa anterior não for possível (Ex: caso Nestle e Garoto)

**Exemplo: RECOMENDAÇÃO NO CASO SADIA PERDIGÃO - FOI APROVADO COM RESTRIÇÕES:**

Acordo de fusão entre Sadia e Perdigão

Perdigão  
Produtos da marca Perdigão que terão venda suspensa no Brasil

PRODUTO	PRAZO DE SUSPENSÃO DE VENDA
Pernil	3 anos
Presunto	3 anos
Tender	3 anos
Linguiça	3 anos
Paio	3 anos
Salames	4 anos
Lasanha	5 anos
Pizzas	5 anos
Kibes e almôndegas	5 anos
Frios saudáveis	5 anos

Fonte: Fábio Amato do G1, em Brasília - 13/07/2011 (com base no Ato de Concentração Sadia Perdigão)

**Exemplo: RECOMENDAÇÃO NO CASO SADIA PERDIGÃO - FOI APROVADO COM RESTRIÇÕES:**

Batavo  
Produtos da marca Batavo que terão venda suspensa no Brasil

Derivados de carnes processadas, incluindo hambúrguer, salmicha, mortadela, peru in natura, kit festa aves e empanados, além de margarina

BRF  
Instalações que a BRF terá que vender

Cadeias completas de produção:

- 10 fábricas de alimentos processados
- 2 Abatedouros de suínos
- 2 Abatedouros de aves
- 4 Fábricas de ração
- 12 Granjas de matrizes de frangos
- 2 Incubatórios de aves
- 6 Centros de Distribuição

Alienações equivalem a 80% da produção da Perdigão voltada ao mercado brasileiro

80%

Marcas chamadas 'de combate' que BRF aceitou vender

- Rezendê
- Falilas
- Texas
- Wilson
- Tekitos
- Escolha Saudável
- Light Elegant
- Fiesta
- Contança
- Freski
- Doriana
- Delicata

- O acordo prevê ainda a proibição de que a BRF lance novas marcas para substituir aquelas que estão sendo suspensas.

- Pelo acordo, não haverá qualquer restrição aos produtos da marca Sadia.

Fonte: Fábio Amato do G1, em Brasília - 13/07/2011 (com base no Ato de Concentração Sadia Perdigão)

**Referências Bibliográficas**

- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). Disponível em: [www.cade.gov.br](http://www.cade.gov.br).
- CONSIDERA, C.M. A Defesa da concorrência no Brasil. Revista FAE BUSINESS, n.4, dez. 2002.
- DEPARTAMENTO DE ESTUDOS ECONÔMICOS (DEE) E DO GRUPO TÉCNICO EM MÉTODOS EM ECONOMIA (GTME) – GT 3 (Vários autores) Análise de Demanda. Documento de Trabalho No. 001/09. Brasília, Dezembro de 2009
- FORGIONI, P.A. Os Fundamentos do Antitruste. Editora Revista dos Tribunais, 4 ed., 2010.
- GUARANY, M.P. Ministério da Fazenda. SEAE. Dez. de 2006. Disponível em [http://www.abetar.com.br/estudos/palestra2\\_06\\_12\\_saintive.pdf](http://www.abetar.com.br/estudos/palestra2_06_12_saintive.pdf)
- KUPFER, D. & HASENLEVER, L. (Organizadores). Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticas no Brasil. São Paulo, Editora Campus, 2002
- MOTTA, M. Competition Policy. Cambridge, United States of America, 2004.
- SEAE. Guias. Disponível em: [www.seae.fazenda.gov.br](http://www.seae.fazenda.gov.br)
- SDE. Disponível em: [www.sde.mj.gov.br](http://www.sde.mj.gov.br)
- OLIVEIRA, G. Roteiro para análise de atos de concentração: uma proposta para o quadro institucional brasileiro. EAESP/FGV/NPP - Núcleo de Pesquisas e Publicações. Relatório de Pesquisa nº 24/2001.
- PIONEER, H.M. Modelos de Simulações de Fusões: Aplicação a casos brasileiros. Dissertação (Mestrado em Economia). FGV, 2003.