



Pesquisa avalia concorrência no mercado de etanol em SP



Estudo usou a metodologia NEIO para mostrar que usinas e distribuidores não exercem poder de mercado

Dado o crescente aumento na demanda de etanol combustível, bem como as estratégias de fusões e aquisições entre produtores e distribuidores observadas no Brasil recentemente, aprofundou-se o debate acerca do poder de mercado exercido pelos agentes do setor. “Discussões sobre um possível responsável por elevações do preço do produto tem levantado o interesse sobre a existência de poder de mercado por parte dos produtores de etanol e/ou por parte das distribuidoras de combustíveis”, afirma a economista Paula Rubia Simões Beiral, que observou, em pesquisa recente, a concentração e poder do mercado de etanol hidratado sob a ótica da Nova Organização Industrial Empírica (NEIO). O estudo foi realizado no Programa de pós-graduação em Economia Aplicada, da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (USP/ESALQ). Sob orientação de Marcia Azanha Ferraz Dias de Moraes, professora do Departamento de Economia, Administração e Sociologia (LES), o trabalho caracterizou a estrutura de mercado da oferta e da distribuição do etanol hidratado, entre 2003 e 2010, no Estado de São Paulo.

Fluxo do produto - Segundo a autora da pesquisa, a linha teórica NEIO é recente e ainda pouco testada no Brasil. “A Nova Organização Industrial Empírica implica em inferir a conduta de mercado e parâmetros de custos não observáveis a partir de informações de demanda, ou da capacidade de resposta dos preços às mudanças na elasticidade de demanda e componentes do custo”, explica Paula Beiral. Na prática, uma vez que é proibida a venda direta da usina e destilaria para os postos revendedores, fatores influenciam no comportamento desse mercado durante o fluxo do produto. “Assim, a maneira como cada distribuidora coleta o etanol na usina e faz chegar aos postos pode variar de acordo com a localização dos centros coletores (que recebem, armazenam e encaminham o etanol, interligando as regiões produtoras) e das bases de distribuição, que podem estar mais próximas dos produtores (primária) ou dos consumidores (secundária)”.

Além da questão geográfica, pode haver diferenciação devido às características do posto revendedor. “Por exemplo, uma marca conhecida, localização privilegiada ou a agregação de serviços de conveniência nos postos acabam influenciando no comportamento do mercado”, frisa a economista. Na avaliação dos indicadores de concentração da distribuição de etanol, o estudo levanta a hipótese de que, se comparado os dois elos (produção e distribuição) da cadeia do etanol combustível, considerando o número de firmas existentes em cada um deles, haverá uma indicação de que no elo da distribuição a concentração de mercado é maior. “Em 2009, quase 60% do mercado de distribuição pertencia às quatro maiores distribuidoras”, relata a pesquisadora.

Hipótese derrubada - No elo da distribuição, os valores baixos da medida direta e da estimativa NEIO indicaram que, apesar de relativamente concentrado, apresenta baixo exercício de poder de mercado. “Ainda que esteja em patamares baixos, a medida direta de conduta esteve negativa nos anos de 2003 e 2004, mas tornou-se positiva nos anos seguintes”, pondera. No aspecto de produção, o resultado foi negativo e igual a -0,073, indicado não existência de exercício de poder por parte de produtores. “Mais do

que isso, mostra que os produtores operaram com prejuízo na maior parte do período em questão”, frisa Paula Beiral.

Além de evidenciar a inexistência de poder de mercado, os resultados da pesquisa ilustram a positividade da metodologia empregada. “Para futuros estudos foi importante constatar a eficiência em estimar a conduta de mercado sem informações completas de custos”, destaca a autora do trabalho. De fato, os valores mostraram uma estrutura bastante próxima à concorrência perfeita, mas a pesquisadora pondera que a análise ano a ano mostrou aumento progressivo de parâmetro no elo da distribuição, o que condiz com o aumento da concentração de mercado verificada no período. “Estes resultados levam a crer que, se existe exercício de poder no mercado do etanol, este não está sendo exercido nem pelas usinas, tampouco pelas distribuidoras. Uma possível explicação encontra-se na contestação de mercado e na relação de substituição etanol/gasolina devido à opção de escolha dos consumidores proprietários de carros flex-fuel”, conclui.

Premiação – Durante o 49º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER), realizado esta semana na Faculdade de Ciências Econômicas (FACE), da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em Belo Horizonte (MG), a pesquisa "O mercado brasileiro de etanol: concentração e poder de mercado sob a ótica da nova organização industrial empírica", de autoria de Paula Rubia Simões Beiral, receberá o Prêmio Edward Schuh, como melhor dissertação em Economia Rural. A ESALQ também será premiada como melhor tese em Economia Rural e melhor tese em Administração Rural.

As informações são da USP ESALQ.