

Concorrência e Poder de Mercado na Era dos Algoritmos

Fabiana Tito¹

1. Introdução

As possibilidades atuais de coletar e processar grandes quantidades de dados são vastas e estão presentes em diversos mercados. Em uma economia digitalizada, o uso de algoritmos (programas de software), inteligência artificial e *big data* se tornaram instrumentos chave(ou:imprescindíveis) para o sucesso do mercado. De um lado, há o potencial de gerar efeitos positivos no bem-estar do consumidor, promovendo inovações e eficiências para a empresa. E, por outro lado, os algoritmos podem fomentar o conluio tácito, condicionar negativamente a escolha do consumidor ou gerar vantagens competitivas ilegais por meio do poder de mercado.

Dessa forma, não são claras as fronteiras entre o legal e o anticompetitivo e como os novos desafios gerados por essa nova era digital podem ser abordados dentro do arcabouço tradicional de defesa da concorrência. Ou se novos ferramentais legais, como uma regulação focada em algoritmos, devam ser considerados.

O presente Painel objetiva trazer para o debate os prós e os contras gerados pela nova era digital, em especial quanto ao uso de algoritmos na competição do mercado e de como isso afeta o poder de mercado.

Para tanto, serão abordados tópicos como: i) de que forma a automatização de preços via algoritmos pode intensificar a concorrência em benefício dos consumidores?; ii) quais são as preocupações resultantes da interação entre algoritmos na coordenação de preços?; iii) quais são os limites e como não desestimular inovações?, iv) como a regulamentação pode ser considerada para abordar questões relacionadas a potenciais preocupações negativas?; v) como as jurisdições americanas e europeias têm lidado com tais questões e quais são as fronteiras, no antitruste, diante do uso de tal recurso cada

¹ Doutora em Teoria Econômica pela FEA-USP e Sócia da Tendências Consultoria Integrada.

vez maior nas empresas? Entre outros, são os principais pontos a serem considerados para discussão no Painel "*Concorrência e Poder de Mercado na Era dos Algoritmos*", no 25º Seminário Internacional de Defesa da Concorrência, organizado pelo Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência, Consumo e Comércio Internacional (IBRAC).

Feita esta introdução, a Seção 2 esboça alguns temas relacionados à própria competitividade do uso de algoritmos, enquanto a Seção 3 antecipa tópicos que ensejam preocupações anticompetitivas, em especial a colusão. Por fim, a Seção 5, as considerações gerais que instigarão o debate no Painel.

2. Algoritmos e Competição

O uso de *software* orientado por algoritmos não é um fenômeno inteiramente novo. As possibilidades atuais de coletar e processar dados, otimizar processos produtivos e de oferta de produtos e serviços são crescentes, cada vez mais disponíveis e utilizadas, gerando reais benefícios. Na era digital, o ganho com uso de tais ferramentas é imenso e dinâmico, trazendo rápidas mudanças em inovações, ganhos de eficiência produtiva e de oferta de informação. Para exemplificar o ganho do uso de novos ferramentas, sabe-se que, recentemente, o Google afirmou ter alcançado a supremacia quântica, estando, portanto, apto a executar, em poucos minutos, cálculos que o supercomputador mais rápido do mundo levaria 10 mil anos para fazer. Sem o avanço da tecnologia, as fronteiras de possibilidades de produção e de inovação nunca seriam ampliadas.

Ainda, a automatização por algoritmos de preços pode intensificar a concorrência em benefício dos consumidores, por permitir diferenciação de preço de forma eficiente e pró-competitiva. Além disso, o uso de algoritmos pode até mesmo auxiliar na detecção de casos de cartel, em especial em casos de leilões.

Diante dos desafios e das inúmeras discussões existentes, necessário se faz colocar em debate quais são as fronteiras e se há necessidade de mudar a forma como a análise antitruste deve ser feita, para que não se desestimulem inovações, mas que, ao mesmo tempo, não se permitam apropriação de vantagens competitivas de forma ilegal.

3. Algoritmos e Poder de Mercado

Estudiosos e agências antitrustes manifestam interesse e preocupações de poder de mercado e conluio advinda do uso de algoritmos. A possibilidade de conluio tácito através de algoritmos é possível de se observar. Supondo, por exemplo, que existam dois vendedores *on-line* de um produto homogêneo com conhecimento de que os custos de aquisição são semelhantes. Como os preços são lançados *on-line*, seu conhecimento é público. Assim, um algoritmo não apenas monitora seu preço, mas também pode definir

o seu próprio preço baseado no do outro. O funcionamento do algoritmo, em suma, é o seguinte: Primeiro, "A" aumenta e depois mantém o preço alto até o "B" também mudar preço. Se acontecer de "B" não aumentar seu preço em resposta ao aumento de preço de "A", o algoritmo de "A" reduzirá seu preço ao custo do produto ou mesmo abaixo do custo. O baixo preço "prejudica" a sua receita e a de "B". O algoritmo manteria esse regime de "baixo preço" por um período de tempo, repetindo o processo de aumentar e diminuir preços, caso não haja um acompanhamento de preços. Após várias rodadas de interação, é possível que "B" perceba que o algoritmo de "A" envia um sinal: acompanhe meu aumento de preço ou você enfrentará perdas financeiras.

Observa-se que, durante toda a interação, não existem comunicações tradicionais de colusão explícita entre os *players*, não sendo, portanto, nem necessário que se conheçam. O fato ocorre porque a Inteligência Artificial (IA) permite que os computadores tomem decisões e aprendam com experiências de forma autônoma. Entretanto, tal equilíbrio colusivo não é trivial de ser atingido. Na vida real, firmas são assimétricas e não possuem estrutura de custos semelhantes, o que faz com que sempre haja incentivos para desvio do preço de firmas mais eficientes em termos de custos.

É importante avaliar os efeitos pró e anticoncorrenciais dos algoritmos e adotar uma visão prudente, para que não haja desincentivo na inovação tecnológica.

4. Considerações Finais

Os algoritmos têm uma grande influência na competição econômica hoje, então é apropriado que sejam estudados como podem influenciar e mudar a conduta das empresas. A adoção de algoritmos tem levado a enormes aumentos de informações disponíveis para fornecedores (e, frequentemente, para consumidores), de forma que seu uso pode ter consequências pró-competitivas ou, por outro lado, negativas ao propiciar coordenação.

Diante a esse processo de transformação, o Painel busca discutir prós e contras gerados pela nova era digital, em especial com relação ao uso de algoritmos, do ponto de vista econômico e de análise de defesa da concorrência e como fica a análise tradicional de defesa da concorrência em casos correlatos.

Com constantes avanços tecnológicos e o crescente poder computacional, novas tecnologias e usos continuarão a aparecer, atualizando e revolucionando o mercado. É necessário, portanto, que a comunidade antitruste seja proativa e esteja preparada para enfrentar os desafios futuros.

O presente artigo antecipou os pontos centrais que serão abordados pelo Painel e que serão aprofundados pelos palestrantes especialistas na área:

- Economista Nathan Wilson, Diretor Assistente no Federal Trade Commission (FTC), abordando o tema sob o ponto de vista da jurisdição americana;
- Paula Azevedo, Conselheira do CADE, que apresentará prós e contras dos temas com base na experiência estudada e do Tribunal antitruste brasileiro.
- Diogo Thomson, Superintendente Adjunto da SG/CADE, com discussões práticas relacionadas ao uso dos ferramentais para detecção de cartel, entre outras visões do ponto de vista da SG;
- Caio Mário, advogado sócio do Pereira Neto, que tem pesquisado o tema e trará as fronteiras entre benefícios e preocupações concorrenciais do uso de algoritmos.
- Por fim, Profa. Elizabeth Farina, ex-Presidente do CADE e CEO da Tendências Consultoria, irá moderar e estimular o debate de um dos temas mais quentes do antitruste no momento.

* * *