

Meio: Jota.Info	
Editoria: Economia	Data: 27/04/2019

## Direito Concorrencial no dia a dia dos negócios

Como as empresas podem responder às mais variadas situações do mundo corporativo de maneira lícita, competitiva e eficiente

- **PAULA SALLES**

27/04/2019 06:36

O Cade vem investigando empresas por condutas discriminatórias, recusa em contratar e imposição de preços de revenda e para 2019, espera-se uma intensificação das investigações de condutas anticompetitivas. Há também uma expectativa de que o órgão volte os seus esforços para investigações de abuso de posição dominante e seus efeitos na concorrência de mercado.

Essa é, inclusive, uma recomendação da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, que aceitou o pedido de adesão do Brasil como membro permanente de seu Comitê de Concorrência em março de 2019. Esses são, portanto, temas que merecem especial atenção dos gestores, já que ilícitos concorrenciais podem acarretar muitas significativas e danos à reputação.

O fato é que questões de natureza concorrencial muitas vezes são esquecidas no cotidiano das organizações, mesmo que grande parte das demandas dos negócios envolvam Direito Concorrencial. Ao contrário do que muitos pensam, a prática não trata apenas de assuntos sofisticados, como atos de concentração, *gun jumping* e investigações de cartel. Vai muito além e chega a atividades mais básicas e cotidianas das empresas, a exemplo de precificação e relacionamento com clientes e fornecedores.

O Direito da Concorrência é parte vital de qualquer empresa. Está presente em todos os aspectos do negócio, afeta a forma como as empresas são administradas e é matéria que deve estar sempre na agenda de gestores jurídicos e diretores. Boas práticas concorrenciais não se resumem a não acordar preços com concorrentes, isso a maior parte das empresas já sabe que é ilegal, mas envolve, também, avaliar o próprio comportamento quando se é dominante ou líder de mercado.

É saber como responder às diversas demandas dos clientes por descontos e condições mais vantajosas, ou então administrar os distribuidores quando entram em atrito por canibalização ou, ainda, pensar em como criar um programa de fidelidade capaz de atrair mais negócios sem prejudicar a concorrência.

Poucas empresas têm conhecimento de que suas políticas de preços, descontos e programas de fidelidade podem ter efeitos anticompetitivos no mercado, especialmente em se tratando de empresas dominantes. É claro que nem todos esses programas geram uma preocupação concorrencial, mas certamente políticas bem estruturadas sob o ponto de vista antitruste, com critérios objetivos e justificativas econômicas para a concessão de descontos, minimizam o risco de investigações por condutas exclusionárias e discriminatórias.

Alguns contratos comerciais, mesmo que pareçam irrelevantes do ponto de vista antitruste, devem sim ser objeto de uma análise concorrencial. Por exemplo, ao se estruturar uma parceria ou um acordo associativo com um concorrente, para além de uma avaliação se tal parceria seria ou não objeto de análise pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – Cade, deve-se avaliar se as condições comerciais estabelecidas no contrato estão de acordo com a legislação concorrencial ou se podem trazer algum risco à concorrência.

Nessas circunstâncias, é importante monitorar a troca de informações entre as empresas e o grau de interação entre seus colaboradores no contexto da parceria – tudo isso sempre para eliminar ou mitigar possíveis ilícitos concorrenciais.

Outros contratos como de fornecimento, distribuição, *co-branding*, compra conjunta, fornecimento conjunto, comercialização conjunta, produção conjunta, *standardization*, pesquisa e desenvolvimento, licenciamento de propriedade intelectual, devem estar de acordo com a legislação concorrencial e podem, em algumas situações, estar sujeitos à aprovação do Cade.

E quando envolver um advogado concorrencial? Em questões complexas, sempre, mas também em questões do dia a dia dos negócios, que muitas vezes precisam de uma análise antitruste mais aprofundada, já que mesmo operações comerciais que não envolvam fusões ou aquisições podem causar impactos na concorrência e nos consumidores. Impossível tratar de todas as questões concorrenciais cotidianas de cada indústria, mas assuntos comercialmente relevantes, como parcerias, acordos de colaboração, preços (ex. sugestão de preços de revenda), descontos, programas de fidelidade, acordos de exclusividade, trocas de informações sensíveis, fóruns de discussões com concorrentes (ex. participação em associações e sindicatos), diligência legal e processos de integração, merecem a atenção de um especialista concorrencial.

Empresas com uma cultura de *compliance* concorrencial aprendem a ser lucrativas sem ser anticompetitivas. A assessoria concorrencial deve ser entendida como uma ferramenta pró-negócio. Empresas que consideram a legislação concorrencial de forma orgânica em suas decisões de negócio têm maior facilidade para responder às mais variadas situações do mundo corporativo de maneira lícita, competitiva e eficiente.

---

**PAULA SALLES** – sócia da prática de Direito Concorrencial de Felsberg Advogados.