

COMPETIÇÃO WICADE DE DIREITO CONCORRENCIAL

MEMORIAIS DAS REQUERENTES

GRÃOS TUPI S.A E COFFE@ LTDA.

SUMÁRIO

ABREVIACOES

BIBLIOGRAFIA

LEGISLAO

JURISPRUDNCIA

I. SNTESE FTICA	1
II. NO H PROBLEMAS CONCORRENCIAIS DECORRENTES DE EVENTUAL SOBREPOSIO HORIZONTAL	2
II.1. No existem sobreposioes horizontais decorrentes da Operao	2
II.2. A Operao no gera preocupaoes concorrenciais mesmo em um cenrio de sobreposio no mercado de produtos derivados de caf	4
II.2.1. No h nexos de causalidade entre a posio dominante da GT e a Operao	4
II.2.2. A GT no deter poder de mercado.....	5
III. NO H PROBLEMAS CONCORRENCIAIS DECORRENTES DA INTEGRAO VERTICAL	8
III.1. A distribuio <i>on-line</i> no tem relevncia no mercado nico de distribuio	8
III.2. No h racionalidade econmica para o fechamento de mercado	9
III.3. A Operao trar eficincias e sinergias ao mercado	10
III.4. A Operao no resulta em incentivos para a adoo de comportamentos anticompetitivos	12
III.4.1. No h racionalidade econmica para prtica de <i>self-preferencing</i>	12
III.4.2. No h racionalidade econmica para utilizao de informaoes concorrenciais sensveis ps-Operao	15
IV. REMDIOS	18
V. CONCLUSO E PEDIDOS.....	20

ABREVIACÕES

<i>AC</i>	Ato de Concentração
<i>ANCT</i>	Associação Nacional de Cafeicultores Tupilandenses
<i>art.</i>	Artigo
<i>C@</i>	Coffe@ LTDA
<i>Caso</i>	Caso Hipotético WICADE 2023
<i>Cade</i>	Conselho Administrativo da Defesa Econômica
<i>DOJ</i>	Relatório sobre Condutas Unilaterais do Departamento de Justiça Americano
<i>GT</i>	Grãos Tupi S.A
<i>inc.</i>	Inciso
<i>LDC</i>	Lei de Defesa da Concorrência
<i>OCDE</i>	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
<i>RSC</i>	Rede de Cafeicultores Seis Corações
<i>p.,pp.</i>	Página(s)
§	Parágrafo
<i>PA</i>	Processo Administrativo
<i>PR</i>	Parecer da Superintendência Geral do TCade
<i>SG-TCade</i>	Superintendência Geral do TCade
<i>TCade</i>	Autoridade antitruste de Tupilândia

BIBLIOGRAFIA

Athayde, 2020	ATHAYDE, Amanda. Direito da concorrência e supermercados: como essas plataformas de dois lados podem trazer riscos aos consumidores? Revista Direito GV , São Paulo, v. 16, n. 1, jan./abr. 2020, p. 10.
Cinccilini, 2021	CINCCILINI, Gabriela Moreira. A (anti) competitividade nos mercados digitais e o direito antritruste. Mulheres no Antitruste , vol. 4, 2021, p. 192.
Coase, 1937	COASE, R. The nature of the firm. Economica , New Jersey, v. 4, n. 16, nov. 1937, pp. 286-405.
Evans e Schmalensee, 2016	EVANS, David S.; SCHMALENSSEE, Richard. Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms . Ed. Brighton, Massachusetts: Harvard Business Press, 2016, p. 11. Disponível em < https://store.hbr.org/search.php?search_query=Richard%20Schmalensee&section=product >. Acesso em 29 ago. 2023.
Forgioni, 2022	FORGIONI, Paula A. Os fundamentos do antitruste. Revista dos Tribunais , 12 ^a ed., São Paulo, 2022.
Frazão, 2020	Frazão, A. Mendonça Da Silva Belo Santos, L. Plataformas digitais e o negócio de dados: necessário diálogo entre o direito da concorrência e a regulação dos dados . <i>Direito Público</i> , v. 17, n. 93, 2020, pp. 639-641.

<p>Fujimoto, 2021</p>	<p>FUJIMOTO, Mônica Tiemy; BOAVENTURA, Elisa Amorin; VERGARA, Sofia de Medeiros. Entre mercados digitais e mercados tradicionais: plataformas de compartilhamento e os novos desafios para o direito anitruste. Mulheres no Antitruste, vol. 4, 2021, p. 298-299.</p>
<p>Iasbech, 2022</p>	<p>IASBECH, José Rubens Battazza. Conduta de autofavorecimento em mercados digitais: análise comparativa do julgamento do caso google shopping pelo CADE e pela comissão europeia. 2022. 149 f. Dissertação (Mestrado em Direito Profissional) - Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Brasília, 2022.</p>
<p>Mattioli, 2020</p>	<p>MATTIOLI, Dana. Amazon scooped up data from its own sellers to launch competing products. The Wall Street Journal. Estados Unidos, 2020. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/amazon-scooped-up-data-from-its-own-sellers-to-launch-competing-products-11587650015> Acesso em: 01 set. 2023.</p>
<p>Pereira Neto e Casagrande, 2016</p>	<p>PEREIRA NETO, Caio Mário da Silva; CASAGRANDE, Paulo Leonardo. Direito Concorrencial: doutrina, jurisprudência e legislação. Saraiva, São Paulo, 2016.</p>
<p>Saito, 2022</p>	<p>SAITO, Carolina. Self-preferencing apenas em mercados digitais? 2022. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/self-preferencing-apenas-em></p>

	mercados-digitais-21122022> Acesso em 23 ago. 2023.
Sousa, 2019	SOUSA, Pedro Caro de. What Shall We Do About Self-Preferencing? Competition Policy International , 2020. Disponível em: < https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3659065 >. Acesso em: 31 ago. 2023.
Spengler, 1950	SPENGLER, Joseph J. Vertical Integration and Antitrust Policy. The Journal of Political Economy , Estados Unidos, v. 58, n. 4, 1950, pp. 347-352.
Theotônio, 1999	THEOTÔNIO, Rodrigo da Cunha Rocha. A regulação e os modelos: estrutura-conduta-desempenho, custos de transação e mercados contestáveis, <i>in</i> Princípios de Análise de Reforma do Setor Elétrico: Um Estudo Comparativo . Orientador: Edvaldo Alves de Santana. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do grau de mestre em Engenharia. Florianópolis, setembro/ 1999. Disponível em: < https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/81251/PEPS0954-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y > Acesso em: 29 ago. 2023.
Tirole, 1988	TIROLE, Jean. Vertical Control. The Theory of Industrial Organization . Ed. Cambridge, Massachusetts. The MIT Press, 1988, pp. 388-415.

LEGISLAÇÃO

LBDC	Lei de Defesa da Concorrência Brasileira. BRASIL. Lei no 12.529 de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei no 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2011. Disponível em: < https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112529.htm > Acesso em: 30 ago. 2023.
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

JURISPRUDÊNCIA

	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.008995/2022-95. Requerentes: D&D Participações Societárias Ltda. e PB Brasil Indústria e Comércio de Gelatinas Ltda. Parecer 599, publicado em 01 dez. 2022 SEI nº115629.</p>
AC Arezzo/ Calçados Vicenza	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.000841/2023-36. Requerentes: Arezzo Indústria e Comércio S.A. e Calçados Vicenza Ltda. Parecer nº 74, publicado em 17.02.2023. SEI nº1192309.</p>
AC Boeing/Embraer	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.003896/2019-11. Requerentes: The Boeing Company e Embraer S.A. Parecer nº1, publicado em 27.01.2020. SEI nº 0708637.</p>
AC Bom Negócio/Zap Viva	<p>BRASIL, Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº 08700.001796/2020-94. Requerentes: Bom Negócio Atividades de Internet Ltda. e Zap Viva Real Group. Parecer nº 15, publicado em 11.09.2020. SEI nº 0803656.</p>
AC Bradesco/Banco do Brasil/Santander/ Caixa/Itaú	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.002792/2016-47. Interessados: Banco Bradesco S.A, Banco do Brasil S.A., Banco Santander Brasil S.A, Caixa Econômica Federal, Itaú Unibanco S.A. Acordo de controle</p>

	de concentrações, publicado em 17.11.2016. SEI nº 0267162.
AC Bunge/ Cargill	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.001255/2023-17. Requerentes: Sartco Ltda., Amaggi Exportação e Importação Ltda., Bunge Alimentos S.A., Cargill Agrícola S.A. e Louis Dreyfus Company Brasil S.A. Parecer nº 18, publicado em 11 ago. 2023.
AC Café Três Corações./Mitsui	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.000785/2020-97. Requerentes: Café Três Corações S.A. e Mitsui Alimentos LTDA. Terceiro interessado: Camil Alimentos S.A. Parecer nº 5, publicado em 16.06.2020. SEI nº 0964496.
AC Centauro/Nike	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.000627/2020-37. Requerentes: Grupo SBF S.A. e Nike do Brasil Comércio e Participações Ltda. Parecer nº 17, publicado em 02 dez. 2014. SEI nº 0828559.
AC Cosan/ Itaú Unibanco	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.008835/2022-46. Requerentes: Cosan S.A. é Itaú Unibanco. Parecer nº 573, publicado em 18.11.2022. SEI nº115039.
AC Coty/Procter	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.001221/2016-95. Requerentes: Coty

	Inc. e The Procter and Gamble Company. Parecer nº 4, publicado em 08 jun. 2016. SEI nº 0207965.
AC D&D/ PB Brasil	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.008995/2022-95. Requerentes: D&D Participações Societárias Ltda. e PB Brasil Indústria e Comércio de Gelatinas Ltda. Parecer nº 599, publicado em 01.12.2022. SEI nº115629.
AC GDCY/ ADM/ Amaggi/ Cargil/ LDC	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.001462/2022-82.Requerentes: GDCY Holding Ltd. (“GDCY”), ADM Ventures Investment Corp. (“ADM”), Amaggi Exportação e Importação Ltda. (“Amaggi”), Cargill, Incorporated (“Cargill”) e Louis Dreyfus Company North Latam Holdings BV (“LDC”). Parecer nº 17, publicado em 21 jul. 2022. SEI nº109200.
AC Graber/ Campseg .	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.005376/2023-20. Requerentes: Graber Sistemas de Segurança Ltda., Campseg Vigilância e Segurança Patrimonial Ltda. e Serviços de Facilities Ltda. Parecer nº 310, publicado em 10 ago. 2023. SEI nº 127037.
AC Grepar/Petrobrás	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.004304/2022-84. Requerentes: Grepar

	Participações Ltda e Petróleo Brasileiro S.A. Voto da Relatora Lenisa Rodrigues Prado, publicado em 28 de junho, SEI nº 1252163.
AC Hapvida/ HB Saúde	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.003439/2022-22. Requerentes: Hapvida Assistência Médica S.A., HB Saúde S.A., HB Prestação de Serviços Médicos Ltda, Centro Integrado de Atendimento Ltda, HB Centro de Diagnóstico Ltda. Parecer nº 25, publicado em 21 nov. 2022. SEI nº115145.
AC Heinz/Hemmer	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.006105/2021-20. Requerentes: Heinz Brasil S.A. E Companhia Hemmer Indústria e Comércio. Parecer nº 7 da SG, publicado em 15 mar. 2022. SEI nº 1034047.
AC Intermédica/Mediplan/Samaritano	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.005705/2018-75. Requerentes: Notre Dame Intermédica Saúde S.A., Mediplan Assistencial Ltda; Hospital Samaritano Ltda.; e Hospital e Maternidade Samaritano Ltda. Acordo em controle de concentrações, publicado em 22 mai. 2019. SEI nº 0617665.
AC Itaú/Citibank	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.001642/2017-05. Interessado: Itaú Unibanco S.A., Banco Citibank S.A. Acordo em Controle de Concentrações, publicado em

	21.08.2017. SEI nº 0376139.
AC JBS/Rodopa	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.010688/2013-83. Interessado(s): JBS, RODOPA, FORTE. Volume de Processo nº 9, publicado em 06 mar. 2015. SEI nº 0031206.
AC JDE/ Foods	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.003410/2016-01. Requerentes: Jacobs Douwe Egberts BR Comercialização de Cafés Ltda., Foods Indústria e Comércio Ltda. e Mundial Agropecuária e Empreendimentos S/A. Parecer nº 127, publicado em 13 mai. 2016. SEI nº 0199804.
AC Natura/Avon	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.004028/2019-59. Requerentes: Natura Cosméticos S.A. e Avon Products, Inc. Parecer nº 32, publicado em 06 nov. 2019. SEI nº 0681306.
AC Neoenergia/ Eletronorte	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.000189/2023-5. Requerentes: Neoenergia S.A. e Centrais Elétricas do Norte do Brasil S.A. – Eletronorte. Parecer nº 178, publicado em 09 mai. 2023. SEI nº123173.
AC Nestlé/Garoto	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº

	08012.001697/2002-89. Interessados: Nestlé Brasil Ltda. e Chocolates Garoto S.A. Parecer nº 8, SEI nº1195463.
AC Oncoclínicas/ Porto Seguro	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº 08700.002005/2023-96. Interessados: Oncoclínicas do Brasil Serviços Médicos S.A. e Porto Seguro Serviços e Comércio S.A. Parecer nº 6, publicado em 05.05.2023. SEI n. 1229411.
AC Parker Hannifin Corporation/ Meggitt Plc	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.000240/2022-42. Requerentes: Parker-Hannifin Corporation. (“Parker”) e Meggitt Plc (“Meggitt”) Parecer nº 14, publicado em 02 mai. 2022. SEI nº105500.
AC Saint Gobain/Sicbras	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.010266/2015-70
AC Seara/ Bunge	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.001134/2020-14. Requerentes: Seara Alimentos Ltda. e Bunge Alimentos S.A. Voto GAB5, publicado em 24 nov. 2020. SEI nº 083471.
AC Stone/Lynx	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.003969/2020-17. Requerentes: STNE Participações S.A. e Linx S.A. Voto do Relator Sérgio Costa Ravagnani, publicado em 21 ju. 2021, SEI n. 0920289.

<p>AC SustainIt/Cargil/LDC/ADM</p>	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração n°:08700.009905/2022-83. Requerentes: SustainIt Pte Ltd; Cargill, Incorporated; Louis Dreyfus Company Participations B.V.; ADM International SARL. Voto do Conselheiro Gustavo Augusto Freitas de Lima, publicado em 27 jun. 2023. SEI n°1252016.</p>
<p>AC SV Viagens/ Santa Fé</p>	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração n°: 08700.004446/2019-6. Requerentes: SV Viagens Ltda. E Santa Fé Investment BV. Parecer n° 314, publicado em 14 out. 2019. SEI n°067203.</p>
<p>AC Symrise/Sensient</p>	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Requerentes: Symrise AG, Sensient Fragrances, S.A.U e Sensient Fragrances Guatemala. Ato de concentração n°: 08700.006382/2020-51. SEI n°0848313.</p>
<p>AC Telefônica/GVT</p>	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração n° 08700.009732/2014-93. Acordo em Controle de Concentração, publicado em 09.02.2015, SEI n° 010507.</p>
<p>AC Trina Group Limited e GTA Travel Holding Ltd</p>	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração n°: 08700.003561/2017-31. Requerentes: Trina Group Limited, GTA Travel Holding Ltd.</p>

	E Kuoni Holding Plc. Parecer nº 242, publicado em 29 ago. 2017. SEI nº037994.
AC Tupy S.A.	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.005611/2022-82. Requerentes: Tupy S.A. e <i>International</i> Indústria Automotiva da América do Sul Ltda. Parecer nº 25, publicado em 25 out. 2022. SEI nº 1138148.
AC Videolar/Innova	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de Concentração nº 08700.009924/2013-19. Requerentes: Videolar S.A. e Innova S.A.
Cartel de seguros e resseguros	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº: 08700.000171/2019-71. Representante: SDE <i>ex officio</i> . Representados: American International Group; Amlin; AON UK Limited; Aspen Insurance UK; JLT Speciality Limited; Liberty Global Group; Marsh Limited; Tokio Marine Kiln Group Limited; United Insurance Brokers Limited; XL Group plc; Willis Group Limited e outros. Nota Técnica 13/2019, publicada em 11 jan. 2019, SEI n. 0567269
Cartel healthcare	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Ato de concentração nº: 08700.004548/2019-61. Representante: Cade <i>ex officio</i> . Representadas: Abbott Laboratórios do Brasil Ltda. (“Abbott”); KCI Brasil Importadora e Distribuidora de Produtos para Saúde LTDA./ Acelity L.P. Inc.

(“Acelity/KCI”); Alcon Brasil Cuidados com a Saúde Ltda; Alere S.A. (“Alere”) nome fantasia da Abbott Diagnósticos Rápidos S.A.; Bard Brasil Industria e Comercio de Produtos para a Saúde Ltda (“Bard Brasil”); BL Industria Otica, Ltda. (“Bausch & Lomb”); Baxter Hospitalar Ltda. (“Baxter”); Bayer S.A. (“Bayer”); Becton Dickinson Indústrias Cirúrgicas Ltda. (“BD” ou “Becton Dickinson”); BioMérieux Brasil Industria e Comércio de Produtos Laboratoriais Ltda. (“BioMérieux”); Biotronik Comercial Médica Ltda. (“Biotronik”); CCI Centro Covidien de Inovação e Educação para Saúde Ltda. (“Covidien”); Dia Sorin Ltda. (“DiaSorin”); Edwards Lifesciences Comércio de Produtos Medico-Cirurgicos Ltda. (“Edwards Lifesciences”); GE Healthcare do Brasil Comércio e Serviços para Equipamentos Médico-Hospitalares Ltda. (“GE Healthcare”); Getinge do Brasil Equipamentos Médicos Ltda. (“Getinge do Brasil”); Guerbet Produtos Radiológicos Ltda; Hospira Produtos Hospitalares Ltda. (“Hospira”); Johnson & Johnson do Brasil Indústria e Comércio de Produtos para Saúde Ltda. (“Johnson & Johnson Medical”); Life Technologies do Brasil Ltda. (“Life Technologies”); Maquet Cardiopulmonary do Brasil Comércio Ltda; (“Maquet Cardiopulmonary”); Medtronic Comercial Ltda. (“Medtronic”); Nipro Medical Ltda. (“Nipro Medical”); Novartis Biociência S.A. (“Novartis”); Olympus Optical do Brasil

	<p>Ltda. (“Olympus”); PerkinElmer do Brasil Ltda. (“PerkinElmer”); Phadia Diagnóstico Ltda. (“Phadia”); Promedon do Brasil Produtos Médico-Hospitalares Ltda. (“Promedon”); QIAGEN Biotecnologia Brasil Ltda. (“QIAGEN”); Roche Diagnóstica Brasil Ltda. (“Roche”); Shimadzu do Brasil Comércio Ltda. (“Shimadzu”); Siemens Healthcare Diagnósticos Ltda. (“Siemens Healthcare”); Smith & Nephew Comercio de Produtos Medicos Ltda. (“Smith & Nephew”); Stryker do Brasil Ltda. (“Stryker”); Terumo Medical do Brasil Ltda. (“Terumo”); Thermo Fisher Scientific Brasil Instrumentos de Processo Ltda. (“Thermo Fisher”); Valeant Farmacêutica do Brasil Ltda. (“Valeant”); Ademar Hiromi Imamura; Adriana Nakao da Rocha; Adriele Francisco Mendes Carluccio; Agnes Suemi Mizugai; Alessandra Cristina Gomes Machado; Alexandre da Silva; Alice Ayako Maika Watanabe; Ana Amélia Machado; Ana Bilar Santoro Santos; Ana Cristina de Freitas Floriano Tessitore; Ana Laura Navarro Cersosimo; Anderson Honorio Crispim; Andrea de Maurício Carrijo; Andrea Shimada; Angela de Souza Bulotas; Ariane Hanania Francischeti; Camilla Lazaro Marchetti; Carla Fernanda Ramalho Mateus; Carolina Hentschel Baranyi Famula; Caroline Menegassi Pereira Lourenço; Cecília de Souza Santos; Celso de Sousa Carmo; Clarice Costa Mendes; Claudia Regina Barbosa; Dalila Barbara Mendes; Daniel</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Garrudo; Denise Damasceno; Devanir Aparecido de Oliveira; Douglas Romani Leite; Edelice Maria Vitali; Eduardo Lopes dos Santos; Eduardo Potenza Ramos; Elaine Cristina de Lima Ubarana; Elisabete Epifânia de Sousa; Elisângela Florêncio Moscardi; Elisangela Lopes de Souza; Fabiana do Nascimento Gomes; Fabio Adriano Scotti; Fábio Arcuri de Carvalho; Fernando de Sá Nunes; Fernando Sugano; Flavia Reinaldo de Faria; Francine Mattos Sturaro; Gabriela de Souza Dias ; Grace Kelly da Rosa Machado Campani; Guilherme Mascarenhas Ramos; Igor dos Santos Medeiros; Ingrid Luciana Francischetti Ferreira; Jair dos Santos Alvarenga; Jan Hendrik Holthoff ; Jessica Souza Moreira de Castro ; João Victor Bonini; Joyce Paschotto Santos de Sousa; Juliana Contrera Sinto; Juliana Garcia; Juliana Martinelli Lopes; Maria Julieta Kulpa; Leandro Nogueira Cunha; Leandro Pereira de Oliveira; Lígia Prado Meneghello Monteiro; Luciane de Campo Moda; Luis Carlos Pontani; Luiz Fernando Barbosa; Manuela Bernis; Manuela Pepino Figueiredo; Marcelo Leal Ferreira de Almeida; Marcia Cristina Giora Rodrigues de Carvalho; Marcia Takeda; Mariana Binder Monteiro; Mariana Guimarães Silvado; Marina Aparecida Correia; Marisa Fonseca; Maristela Lopes; Marlene Rocha Portero; Mauricio Rossi; Milena Campos Guimarães; Milena Rubiano Mendonça; Nathalie Carmignani Barbosa;

	<p>Neusa Tomiko Sato; Noir Morvan Dardes Junior; Norman Pierre Günther; Oscar Porto; Patricia Bassan; Patrícia Monteiro Araujo; Patrick Tuchschnajder; Paula Araujo; Paulo Roberto Oliveira Lemos; Priscila Mendes; Rafael Marchiori Gonçalves; Rafaella Lacuzio Lopes; Raissa Hadad; Renata Madalozzo; Rita Cassia Elias; Roberta Badejo Corrêa Netto; Rogério Procópio Jardim Gomes Braga; Roseli Okikawa; Sandra Ristori; Sheila Rodrigues Vitor; Silvia Scalabrini; Simone Giroto; Telma Ottenio da Silva Brandão; Valéria Barbosa Ferreira; Vanessa Guimarães de Souza Pietro; Vinicius Russo Gomes; Vivian Melo de Oliveira; Walter Baxter Júnior; Zélia Felipe Sacchielle. Anexo Nota Técnica 36/2021, publicada em 12 mar. 2021, SEI n. 0877689</p>
IA ABBT/ IFood	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Inquérito Administrativo nº 08700.001797/2022-09. Representante: Associação Brasileira das Empresas de Benefícios ao Trabalhador - ABBT. Representada: iFood.com Agência de Restaurantes Online S.A. Nota Técnica nº 13/2022, publicada em 15 dez. 2022. SEI nº 1145253.</p>
PA AT&T/Time Warner	<p>BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08700.001390/2017-14. Requerentes: AT&T Inc. e Time Warner Inc. Parecer Técnico nº 5 da Superintendência-Geral, publicado em 21 ago.</p>

	2017. SEI nº 0376856.
PA Google Brasil	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.010483/2011-94. Representante: E-Commerce Media Group Informação e Tecnologia Ltda. Representados: Google Inc. e Google Brasil Internet Ltda. Voto do Relator Maurício Oscar Bandeira Maia, publicado em 01 set. 2019, SEI nº 0632170.
PA Shell	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.004736/2005-42. Representante: Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda – SEAE/MF. Representados: Shell Brasil Ltda (atual Raízen Combustíveis S/A) e Odon de Oliveira Mendes Voto-condutor, publicado em 13.03.2015. SEI n. 00034378.
PA Shopping Center	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.012740/2007-46. Representante: Ministério Público Federal, Procuradoria da República do Rio Grande do Sul. Representado: Representado: Administradora Gaúcha de Shopping Center S/A; Companhia Zaffari Comércio e Indústria; Bourbon Administração, Comércio e Empreendimentos Imobiliários Ltda. Voto, publicado em 02 set. 2016. Doc. SEI nº 0212797.

PA SKF	BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.001271/2001-44. Interessados: Procon/SP e SKF do Brasil Ltda. Voto-condutor. Doc SEI n. 0912063
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MISCELÂNEA

<p>Antitrust Guidelines</p>	<p>AMÉRICA, Estados Unidos da. Federal Trade Commission. Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors Disponível em: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf>. Acesso em 29 ago. 2023.</p>
<p>Caderno do CADE sobre Mercados de Plataformas Digitais de 2021</p>	<p>BRASIL, República Federativa do. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Caderno do CADE sobre Mercados de Plataformas Digitais. Agosto de 2021. Disponível em: https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf. Acesso em: 29 ago. 2023.</p>
<p>Caderno do Cade sobre Mercados de Plataformas Digitais de 2023</p>	<p>BRASIL, República Federativa do. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Caderno do CADE sobre Mercados de Plataformas Digitais de agosto de 2023, disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/Caderno_Plataformas-Digitais_Atualizado.pdf>. Acesso em 29 ago. 2023.</p>
<p>Cartilha do Cade</p>	<p>BRASIL, República Federativa do. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Cartilha do CADE. Brasília, maio de 2016. Disponível em: https://cdn.cade.gov.br/Portal/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/cartilha-do-cade.pdf. Acesso em 29 ago. 2023.</p>
<p>DT 01/21 DEE</p>	<p>BRASIL, República Federativa do. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. The problematic binary approach to the concept of dominance. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de></p>

	trabalho/2021/Documento-de-Trabalho_The-problematic-binary-approach-to-the-concept-of-dominance.pdf.>Acesso em 29 ago. 2023.
Euronitor, 2017	Euromonitor: Tendências do mercado de café em 2017. Disponível em: < https://estatisticas.abic.com.br/wp-content/uploads/2020/01/2017.pdf >. Acesso em 29 ago. 2023
Guia de Gun Jumping	Guia para Análise da Consumação Prévia de Atos de Concentração Econômica < https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/gun-jumping-versao-final.pdf >. Acesso em 29 ago. 2023
Guia H do Cade	Guia de Análise de Atos de Concentração Horizontal. Disponível em: https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf . Acesso em 29 ago. 2023
Instituto Axxus, 2021	Instituto Axxus. Hábitos e preferências dos consumidores de café no Brasil, em 2021, comparados com 2019. Disponível em: https://estatisticas.abic.com.br/wp-content/uploads/2021/10/2021_09_25_Pesquisa_Cafe%CC%81_Ha%CC%81bitos_Preferencias_do_Consumidor.pdf Acesso em 29 ago. 2023
OCDE, 2019	Revisão por Pares da OCDE sobre Legislação e Política de Concorrência: Brasil 2019. Disponível em: https://www.oecd.org/daf/competition/revisoes-por-pares-da-ocde-sobre-legislacao-e-politica-de-concorrencia-brasil-2019-web.pdf . Acesso em 29 ago. 2023
RDC 2018	European Commission v. Google Inc.: lições sobre a responsabilidade especial do agente econômico dominante in Revista de Defesa da Concorrência , n.01, Vol. 06, 2018, págs. 173/197 Disponível

	em: https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrenca/article/view/386/188 . Acesso em 29 ago. 2023
RDC 2020	Abuso de posição dominante segundo a jurisprudência do CADE, in Revista de Defesa da Concorrência , n.02, Vol. 08, 2020, págs. 164/176. Disponível em: https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrenca/article/view/498/36 Acesso em 29 ago. 2023
Relatório do DOJ	AMÉRICA, Estados Unidos da. Department of Justice. The DOJ's Single-Firm Conduct Report: Promoting Consumer Welfare Through Clearer Standards for Section 2 of the Sherman Act . Disponível em: https://www.justice.gov/atr/dojs-single-firm-conduct-report-promoting-consumer-welfare-through-clearer-standards-section-2 . Acesso em 29 ago. 2023
Guia Remédios	BRASIL, República Federativa do. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Guia Remédios Antitruste . Disponível em: https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-remedios.pdf . Acesso em: 30 ago. 2023.

AO TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DO CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA DE TUPILÂNDIA

VERSÃO ÚNICA

Ato de Concentração nº 02200.001234/2022-34

I. SÍNTESE FÁTICA

1. A Operação consiste na aquisição pela GT da integralidade das quotas da C@ [PR, §3].
2. A C@ é uma empresa brasileira que iniciou suas atividades em Tupilândia em 2018 [Caso, §5]. Nesse momento, sua atuação consistia na aquisição de café de pequenos produtores orgânicos, para torra e comercialização [Caso, §6]. Além disso, a empresa organizava gratuitamente eventos e cursos de capacitação para que os pequenos produtores pudessem desenvolver uma produção mais sustentável [Caso, §6]. À época das medidas restritivas impostas em decorrência da pandemia de COVID-19, a C@, além das atividades descritas, tornou-se uma plataforma *on-line* e passou a atuar como intermediadora entre os produtores de café e os consumidores finais [Caso, §7].
3. Por sua vez, a GT é uma empresa tradicional de Tupilândia, que atua na integralidade da cadeia produtiva de café, contemplando as etapas de produção, distribuição e comercialização do café e de outros produtos derivados [Caso, §4].
4. Dado o sucesso da plataforma criada pela C@, diversos produtores se interessaram em ofertar seus produtos neste novo canal [Caso, §13]. Inclusive, antes da negociação da referida Operação, a GT era uma das produtoras que, aderindo à tendência de digitalização dos negócios, disponibilizou as marcas Café Raiz, Grão Luz e Boa Colheita no aplicativo criado pela C@ [Caso, §10]. Após o sucesso nas vendas na plataforma, a GT e a C@ decidiram se unir para gerar maiores eficiências para o mercado e para os consumidores, bem como diversificar seus negócios no setor de café.
5. Em 02.12.2022, a Operação foi notificada ao TCade e, 17 dias depois, o edital foi publicado [Caso, §19]. Em 02.01.2023, a ANCT pleiteou seu ingresso como terceira interessada no Ato de Concentração, apesar dos ótimos resultados obtidos com a plataforma pelos seus associados [PR, §6]. As motivações do pleito da associação são questionáveis, visto que decorreram de decisão particular da RSC, maior empresa associada, que utilizou a ANCT para

promover interesses pessoais após ser contrariada com o fracasso em suas negociações para adquirir a C@ [PR, §8].

6. Após uma cuidadosa análise, a SG-TCade concluiu corretamente pela aprovação sem restrições [Caso, §20], já que a Operação não suscita qualquer preocupação concorrencial. Assim, pelas razões que serão expostas a seguir, não há dúvidas de que o Tribunal do TCade deve aprovar a Operação, mantendo o acertado entendimento da SG-TCade.

II. NÃO HÁ PROBLEMAS CONCORRENCIAIS DECORRENTES DE EVENTUAL SOBREPOSIÇÃO HORIZONTAL

II.1. Não existem sobreposições horizontais decorrentes da Operação

7. Não há sobreposição horizontal decorrente da Operação, uma vez que os produtos derivados de café *premium* constituem um mercado à parte e não concorrem com os não *premium*, devendo este mercado ser segmentado.

8. A segmentação de mercados conforme a qualidade dos produtos ofertados é uma prática de outras jurisdições, fundamentada na variação do perfil de consumo entre os diferentes níveis qualitativos. No mercado de fragrâncias, por exemplo, são múltiplos os casos em que o Cade decidiu pela segmentação ao constatar que, frequentemente, um mesmo consumidor possui um produto de menor qualidade para uso diário e outro superior para ocasiões especiais [AC Coty/Procter; Caso Natura/Avon; AC Symrise/Sensient].

9. No caso ora sob análise, o teste de mercado realizado pela própria SG-TCade sinalizou que um mesmo consumidor pode adquirir um produto *premium* e um não *premium* para diferentes finalidades [PR, §17]. Assim, não concorrem todos os derivados de café entre si, podendo, por exemplo, um empresário adquirir o café padrão para o consumo diário em sua empresa e o *premium* para o consumo de seus clientes.

10. Além disso, a segmentação específica de produtos em *premium* e não *premium* não se limita ao mercado de fragrâncias, pois mercados alimentícios também já foram segmentados pelo Cade [AC Heinz/Hemmer]. Ao constatar que, em um mercado com uma variada gama de produtos com diferentes níveis qualitativos, os consumidores de produtos *premium* eram mais suscetíveis a aceitar aumentos de preços do que os demais, o Cade concluiu que este segmento constituía um mercado a parte.

11. No caso concreto, seguindo o mesmo racional indicado pelo Cade, o teste de mercado realizado pela SG-TCade também sinalizou que os padrões de preço e a elasticidade-preço da demanda entre os produtos *premium* e os produtos padrão são diferentes, já que o mercado de

derivados de café apresenta grande diversidade de produtos que diferem entre si qualitativamente [PR, §17]. Assim, ao contrário do quadro apontado pela SG, um eventual aumento de preço nos produtos *premium* dificilmente desviaria a demanda para produtos padrão [PR, §19], evidenciando que esses segmentos operam de maneira distinta e, portanto, não deveriam ser incluídos em um mesmo mercado relevante.

12. Ainda, é importante ressaltar que a segmentação entre produtos *premium* e não *premium* no mercado de café já foi reconhecida em pesquisas de tendências de mercado internacionais, em decorrência das diferenças comportamentais entre os consumidores de cada tipo de café [Euromonitor, 2017; Instituto Axxus, 2021]. Enquanto o consumidor de café moído (padrão) escolhe seu canal de compra de acordo com o preço ou a localização, os consumidores de café em cápsulas e em grãos (*premium*) são menos sensíveis a variações de valores e priorizam locais onde há maior conveniência e variedade de marcas. Além disso, na escolha do canal de venda, os consumidores de produtos *premium* costumam buscá-los especificamente em cafeterias e na Internet, devido a maior variedade e conveniência, não sendo o preço um fator determinante [Euromonitor, 2017, pp. 35-38].

13. No caso, essa distinção entre os padrões de consumo para cada categoria é confirmada, novamente, pela pesquisa de mercado realizada pela SG-TCade [PR, §17]. Enquanto os consumidores de café *premium* têm maior fidelidade à marca, estão dispostos a pagar mais e consomem os produtos de forma diferente [PR, §17], em cafeterias ou adquirindo-os pela Internet, os consumidores de café tradicional são mais sensíveis à variação de preços e tendem a optar por outras marcas em caso de aumento de preço.

14. Diante de todo o exposto, resta confirmado que o mercado de produtos derivados de café é segmentado entre produtos *premium* e produtos não *premium*, tendo em vista as diferenças de finalidade, funcionamento e padrão de consumo, não concorrendo entre si. Assim, inexistem sobreposições horizontais no caso em análise, visto que a GT atua apenas no mercado de produtos não *premium* e a C@ atua no mercado de produtos *premium*.

15. Por fim, cabe também ressaltar a ausência de preocupações concorrenciais relacionadas ao segmento de cursos profissionalizantes ofertados pela C@, visto que a Operação consiste em mera substituição de agente econômico em um mercado com elevado número de *players* [PR, §23] e no qual a participação da C@ é ínfima – de apenas 3% [PR, Tabela 02]. Essa irrelevância é reforçada pela gratuidade e pela dimensão da atuação, que revelam que a C@ não é orientada pela lucratividade ou pela publicidade, mas pela defesa da sustentabilidade e da livre concorrência [Caso, §6].

16. Dessa forma, resta demonstrado que a Operação em análise não enseja sobreposições horizontais em nenhum mercado.

II.2. A Operação não gera preocupações concorrenciais mesmo em um cenário de sobreposição no mercado de produtos derivados de café

II.2.1. Não há nexos de causalidade entre a posição dominante da GT e a Operação

17. Preliminarmente, cumpre ressaltar que a jurisprudência consolidada do Cade entende que o mercado de café é segmentado em produtos distintos, como café torrado e moído, café solúvel, café em cápsulas e cappuccino [AC *Café Três Corações/Mitsui*; AC *Camil/Jacobs Douwe Egberts*; AC *Café 3 Corações/Companhia Iguaçu*; AC *JDE/Foods*; AC *Elite International/PRL*; AC *Sara Lee Cafés/Café Maracanã*; AC *Três Corações/Veloso e Tavares*]. Assim, diferentemente da conclusão alcançada pela SG-TCade, não há um mercado relevante único, de modo que deve ser questionada a própria participação de mercado da GT, que não corresponderia ao percentual alegado, uma vez que dividida entre os diversos produtos oferecidos [Caso, §4]. Ou seja, seguindo tal racionalidade, não se pode afirmar a posição dominante da GT.

18. De toda forma, ainda que se considere, apenas para fins argumentativos, um cenário hipotético e conservador de participação de 35% pela GT [PR, §12] e de um mercado relevante único para todos os produtos, a Operação, ainda assim, não ensejaria preocupações concorrenciais. Isso porque não há nexos de causalidade entre a posição da GT e a Operação, na medida em que a participação de mercado da Requerente é preexistente e não será significativamente alterada [PR, §§12-13].

19. A conquista por maior parcela do mercado é parte importante do processo competitivo [Pereira Neto e Casagrande, 2016, pp. 137-138, Forgioni, 2022, pp. 143-144], sendo natural a busca por *market share* e adequada sua conquista quando obtida por meios lícitos, isso é, baseada na eficiência do agente econômico [art. 36, §1º, da LBDC].

20. O Cade já decidiu por afastar o nexos de causalidade nos casos em que a participação de mercado da adquirente era preexistente à operação e a participação da adquirida era reduzida, já que não havia alteração relevante da estrutura de mercado [AC *Nestlé/Garoto*; AC *Oncoclínicas/Porto Seguro*].

21. No caso em tela, é fundamental aplicar o mesmo racional, já que não haverá incremento substancial à participação de mercado da GT no pós-Operação. Isso é evidenciado pelo *market share* de 35% detido pela GT no cenário pré-Operação, em contraste à participação reduzida de

5% da C@ [PR, §12]. Assim, o pretendido *market share* da GT deve-se unicamente à excelente qualidade dos produtos e à grande competência dos serviços prestados em todos os seus anos de existência. Desse modo, não existe ligação entre a Operação e a posição que será ocupada pela GT no mercado de derivados de café, em conformidade ao entendimento da SG-TCade, que reconheceu a inexistência do nexo de causalidade [PR, §§12-13].

22. Portanto, não há qualquer nexo de causalidade entre a aquisição da C@ pela GT e a posição dominante detida pela empresa, dada a preexistência desse cenário.

II.2.2. A GT não deterá poder de mercado

23. Não é possível aferir que a GT detém poder de mercado a partir de sua posição dominante, uma vez que já foi reconhecido por jurisdições internacionais que esses termos são distintos.

24. Posição dominante e poder de mercado não se confundem. O Cade já estabeleceu que esses termos não são equivalentes [PA SKF]: a existência do primeiro é condição necessária, mas não suficiente, para a existência do segundo [Cartilha do Cade, p. 9]. Isso porque o poder de mercado está relacionado à capacidade de elevação dos preços por uma empresa, sem que tal ação possa ser contestada por concorrentes ou a faça perder seus clientes [Cartilha do Cade, p. 9].

25. Tal conclusão se justifica, inclusive, pelo fato de que a participação de mercado necessária para presunção de posição dominante por um agente é de apenas 20%, limite considerado bastante baixo no cenário internacional [OCDE, 2019]. Nos Estados Unidos, por exemplo, estipula-se o mínimo de 50% de *market share* para que se considere a detenção de poder de monopólio por um agente econômico [Relatório do DOJ]. Assim, considerando que o percentual de corte é particularmente baixo para que agentes sejam considerados dominantes pela LDC, a distinção entre os termos é reforçada.

26. Nesse sentido, a análise do poder de mercado é mais complexa e requer uma investigação mais apurada de outras variáveis [Cartilha do Cade, p. 09]. A participação de mercado, desse modo, é apenas uma das diversas formas de avaliação de poder de mercado, sobretudo considerando que a presunção legal de posição dominante, conforme previsto na norma, não é absoluta [PA Shopping Center], mas relativa, ou seja, pode ser revista a depender do caso concreto, e é insuficiente para uma caracterização imediata de poder de mercado.

27. Existem, portanto, limitações à presunção de dominância decorrente da mera análise de participação de mercado [DT 01/21 DEE], havendo outros modos de comprovação dessa

dominância e sendo as definições de mercado relevante e os cálculos de participação meramente instrumentais [PA Shell]. Em vista disso, a análise de poder de mercado deve ir além: o Cade já utilizou outros meios para aferir o poder de mercado e, conseqüentemente, a possibilidade de produção de efeitos anticoncorrenciais [RDC, 2020].

28. No caso concreto, a inexistência de poder de mercado é evidenciada pela incapacidade da GT de, no futuro, elevar preços sem que seja contestada por concorrentes ou sem que perca clientes. Mesmo possuindo *market share* superior a 20%, a GT não será capaz de alterar unilateralmente as condições de mercado, diante da pressão competitiva exercida pelos demais *players* e pelos próprios associados da ANCT no mercado, os quais também representam mais de 20% da produção nacional [PR, §7]. Portanto, a posição dominante atribuída à GT neste mercado não implica a existência de poder de mercado.

29. Ademais, a concentração de mercado, por si só, não é um problema quando resultante das eficiências e capacidades de uma empresa. Mesmo em estruturas concentradas, é possível que haja a manutenção da concorrência a partir da capacidade de competição potencial. Sob esse âmbito, um fator relevante nessa análise é a contestabilidade do mercado. Mercados contestáveis produzem um equilíbrio da concorrência, uma vez que a possível competição propiciada por potenciais rivais ingressantes no mercado força os agentes a adotarem condutas competitivas [Theotônio, 1999, pp. 29-36]. Desse modo, um mercado é contestável quando não existem barreiras significativas à entrada e à saída de novos *players*.

30. Consideram-se barreiras à entrada os fatores que confirmam desvantagens a um potencial competidor em comparação aos agentes já estabelecidos [Guia H do Cade, p. 27]. Logo, a probabilidade de entrada de novos concorrentes é inversamente proporcional à quantidade de barreiras. Os fatores convencionais que constituem barreiras são: “os custos irre recuperáveis” (*sunk costs*); as barreiras legais ou regulatórias; os recursos de propriedade exclusiva das empresas instaladas; as economias de escala e/ou de escopo; o grau de integração da cadeia produtiva; a fidelidade dos consumidores às marcas estabelecidas; e a ameaça de reação dos competidores instalados [Guia H do Cade, pp. 27-28].

31. No mercado de café torrado e moído, o Cade entendeu pela ausência de barreiras significativas, diante da ampla oferta de matéria-prima, da inexistência de barreiras legais ou regulatórias, da facilidade de acesso à tecnologia necessária, considerando custos e acessibilidade, bem como em razão da facilidade e disponibilidade dos canais de distribuição. Ainda, concluiu pela tempestividade da entrada no mercado, dado que o prazo para tanto seria de até 2 anos [AC Três Corações/Mitsui]. Por fim, entendeu que a presença de diversas

empresas de pequeno porte no mercado é prova de que não há barreiras significativas à entrada, de forma que eventuais barreiras não seriam relevantes e nem representariam impeditivo para o ingresso de novos *players*.

32. Finalmente, após análise exaustiva desse mercado, o Cade reconheceu a ausência de preocupações concorrenciais em razão da presença de condições de mercado suficientes para disciplinar e impedir o poder de mercado eventualmente exercido, sobretudo diante da efetiva rivalidade entre os concorrentes do mercado [*AC Três Corações/Mitsui*].

33. O mesmo racional deve ser aplicado no caso concreto: ainda que este d. Tribunal entenda que as Requerentes detêm poder de mercado, a Operação não gera riscos ao ambiente concorrencial, uma vez que o mercado é contestável.

34. Em primeiro lugar, cumpre destacar que não há barreiras à entrada significativas, sejam elas econômicas ou regulatórias, de modo que a entrada de novos *players* não seria complexa, sendo tempestiva, provável e suficiente. Prova disso se dá pelo histórico deste mercado nos últimos anos, em que houve a entrada, sem barreiras relevantes, de novos concorrentes, exemplificada pela ausência de dificuldades enfrentadas pela própria C@ para ingressar neste mercado [*Caso*, §5].

35. Em segundo lugar, o mercado é diversificado e conta com variados *players* capazes de contestar a posição da GT e cooptar parcelas de mercado: só a ANCT é composta por 7 *players* e há, ainda, os 40% restantes do mercado, entendidos pela lei como parcela considerável [*art. 36, §2, da LDC*], dominados por outros competidores. O mercado em questão detém razoável pulverização, caracterizado pela presença de diversos *players* de diversos tamanhos, como atestado pela própria formação da ANCT [*Caso*, §12], com alto grau de rivalidade imposta por concorrentes relevantes e efetiva competição. Dessa forma, o mercado de produtos derivados de café é competitivo, sendo pouco provável o eventual exercício de poder de mercado pela GT.

36. Diante das especificidades do caso concreto, isso é, da ausência de barreiras à entrada e da presença de diversos *players*, a GT não é capaz de elevar preços unilateralmente e, portanto, não detém poder de mercado. Ademais, conforme exposto, mesmo na remota possibilidade do reconhecimento de que a GT detém poder de mercado, esse por si só não é prejudicial à concorrência, devendo ser reconhecida a improbabilidade do seu exercício, diante da contestabilidade potencial e efetiva do mercado. Por esse ângulo, resta demonstrado a incapacidade da requerente de produzir efeitos anticompetitivos após a Operação.

III. NÃO HÁ PROBLEMAS CONCORRENCIAIS DECORRENTES DA INTEGRAÇÃO VERTICAL

III.1. A distribuição *on-line* não tem relevância no mercado único de distribuição

37. A participação de mercado pequena e meramente complementar da C@ no mercado de distribuição de produtos derivados de café é insuficiente para provocar o fechamento de mercado ou sequer alterar as condições desse. Nesse sentido, mesmo na hipótese de existirem incentivos às Requerentes para a limitação do acesso de concorrentes à plataforma, afastam-se as preocupações concorrenciais.

38. Em integrações verticais, a segmentação de mercados só é plausível quando os segmentos em análise são significativos e bem desenvolvidos. Ou seja, aqueles que são incipientes e meramente suplementares não ensejam divisão, devendo compor, a título de análise da autoridade antitruste, um único mercado relevante [AC *Trina Group/GTA Travel*].

39. Esse é o caso do mercado de distribuição de derivados de café. A distribuição *on-line* desses produtos é um segmento incipiente e exclusivamente suplementar [PR, *Tabela 05*]. Logo, o mercado não deve ser segmentado, conforme entendido pela SG-TCade [PR, §§37-38], e a participação da C@ deve ser analisada no mercado único de distribuição.

40. O *market share* de agentes econômicos em uma integração vertical é considerado baixo quando inferior a 30% [Anexo I, *Resolução TCade nº 33, art. 8º, inc. IV*]. Dispondo de uma participação de mercado diminuta, os agentes não são capazes de exercerem posição dominante [AC *SV Viagens/ Santa Fé.; AC Nike/Centauro; AC Cosan/Itaú*].

41. A C@ possui *market share* diminuto, que não alcança 5% [PR, *Tabelas 03 e 04*] e que está muito longe dos 30% estipulados, como bem observa a própria SG-TCade [PR, §§34-36]. Cumpre destacar que a C@ é reconhecidamente um *player* pequeno, que atende a um perfil específico de clientes, de modo que a sua aquisição não demonstra riscos concorrenciais mesmo ante a visão dos outros agentes [PR, §14].

42. Como se não bastasse, a C@ enfrenta hodiernamente uma estagnação em seu crescimento, a qual se iniciou em janeiro de 2022 [PR, §13, *Gráfico 01*], o que reforça sua incapacidade de alterar as condições de mercado.

43. No mais, mesmo na hipótese de avaliarmos somente a distribuição *on-line*, a C@ continuaria não sendo uma ameaça ao mercado competitivo. Isso porque existem outras plataformas concorrentes com *market shares* expressivos [PR, *Tabela 08*], o que demonstra a

ausência de barreiras de entrada neste mercado, sendo irreal afirmar que a C@ exerce posição dominante.

44. É notório, por conseguinte, a diminuta participação da C@ no mercado de distribuição de produtos de café. Além disso, cumpre observar que a ausência de preocupações decorrentes da integração vertical será reiterada a seguir, a título de análise, pela inexistência de quaisquer incentivos ao fechamento de mercado pelas Requerentes.

III.2. Não há racionalidade econômica para o fechamento de mercado

45. Não há incentivos para que as Requerentes dificultem o acesso de outros produtores de derivados de café à plataforma *on-line* de distribuição da C@, pois não há racionalidade econômica que justifique essa estratégia.

46. A autoridade antitruste brasileira, ao tratar de plataformas digitais, já reconheceu diversas vezes que não há lucratividade na limitação do número de fornecedores, uma vez que essa prática reduz a atratividade do *marketplace* para os consumidores [AC *Arezzo/Calçados Vicenza*; AC *Viação Águia Branca/JCA Holding*].

47. É da natureza das plataformas digitais, conhecidas como *multisided platforms*, propiciar e estimular a participação e a integração dos mais diversos grupos [Evans e Schmalensee, 2016, p. 11]. Isso porque quanto mais fornecedores estiverem presentes na plataforma, mais consumidores serão atraídos e vice-versa, gerando um escalonamento do tamanho e, conseqüentemente, da rentabilidade do *marketplace* [AC *ADM Ventures Investment Corp.*; AC *SV Viagens/ Santa Fé*; AC *Nike/Centauro*].

48. Assim, a promoção de condições que limitem a quantidade de concorrentes, como cláusulas de exclusividade ou taxas diferenciadas entre produtos distribuídos, impediria o aproveitamento máximo de efeitos de rede, por meio dos quais a plataforma expande e aumenta sua rentabilidade [Caderno do Cade sobre mercados de plataformas digitais de 2023, pp. 12-16; Frazão, 2020, pp. 639-641; AC *Bom Negócio/Zap Viva*].

49. Tanto não existe racionalidade econômica no fechamento deste segmento, na perspectiva de proprietária do *market place*, que a política empresarial que vem sendo adotada pela C@ é diametralmente oposta. São notórios seus esforços ativos para ampliar o acesso de concorrentes ao aplicativo: foram firmadas diversas parcerias com *digital influencers* com o propósito de impulsionar o alcance do aplicativo por meio de divulgações em redes sociais [Caso, §8]. A proposta de *marketing* promoveu resultados tão positivos que, em decorrência do alto número de acessos à plataforma, consideravelmente maior do que esperado, o sistema

sofreu instabilidades operacionais que afetaram os produtos comercializados [*Caso*, §16]. E foi aspirando a manutenção de uma diversidade de ofertas por múltiplos fornecedores que a C@ se comprometeu a corrigir falhas técnicas e aprimorar a experiência de produtores e consumidores [*Caso*, *Figura 05*].

50. Além disso, também não há incentivos para a GT, enquanto produtora de derivados de café, favorecer seus próprios produtos no pós-Operação e levar ao fechamento da plataforma para os demais fornecedores, porque não há funcionalidade logística nessa estratégia. Para sustentar a plataforma somente com suas vendas, a GT deveria aumentar significativamente o volume de sua distribuição *on-line*. Contudo, o escoamento de sua produção exclusivamente por meio da plataforma da C@ não seria vantajoso, uma vez que o aplicativo detém *market share* demasiadamente pequeno no mercado de distribuição geral [*PR*, *Tabelas 03 e 04*].

51. No mais, um segmento incipiente e meramente complementar como o *on-line* não teria a capacidade de arcar com o volume de mercadorias de uma empresa inteira, especialmente tratando-se do atual cenário de vendas da GT, no qual 53% dos produtos são escoados através de atacadistas e 33,5% por varejistas, enquanto só 10,5% *on-line* [*PR*, *Tabela 05*]. Assim, também não há racionalidade econômica para GT, na perspectiva de produtora, escoar sua produção por meio de um único *marketplace*.

52. Portanto, é vantajoso às Requerentes que a plataforma de distribuição *on-line* esteja aberta ao máximo de fornecedores. A presença de múltiplos produtores de derivados de café é um atrativo aos consumidores, imprescindíveis para o aumento do fluxo comercial e da receita da plataforma, e é essencial para o sustento do aplicativo. Sendo assim, não há racionalidade econômica para o fechamento de mercado.

III.3. A Operação trará eficiências e sinergias ao mercado

53. Para além de inexistirem preocupações concorrenciais decorrentes da integração, cumpre ressaltar que, mesmo se existissem, o que se adota puramente para fins argumentativos, a Operação produzirá eficiências e sinergias significativas na economia de Tupilândia, o que reforça ainda mais a necessidade de aprovação do presente AC.

54. A doutrina internacional compreende que, quando não apresentam riscos concorrenciais inequívocos, as concentrações são incentivadas pela capacidade de elevação do nível tecnológico do país, associada ao fortalecimento da economia nacional [*Forgioni*, 2022, p. 412].

55. Nesse sentido, a entrada da C@ em Tupilândia foi extremamente benéfica a todos os produtores, dado que, além de viabilizar a expansão das operações para fora do mercado nacional, simplificou e reduziu os custos relacionados a questões logísticas [*Caso*, §13]. Desse modo, os fornecedores que ingressaram na plataforma propiciaram rivalidade nesse mercado e, ainda, obtiveram um aumento de suas vendas [*Caso*, §13]. Assim, é perceptível que o aplicativo favoreceu indiscriminadamente os competidores do mercado e contribuiu para o desenvolvimento da economia nacional.

56. Aliás, foi justamente nesse contexto que a GT passou a manter relações comerciais com a C@ [*Caso*, §§10-11], com o intuito de ambas as empresas, reciprocamente, aproveitarem as infraestruturas de cada uma, potencializando seus negócios e, como será demonstrado adiante, favorecendo o consumidor final e a ordem econômica de Tupilândia.

57. Uma eficiência potencialmente gerada pelas integrações verticais é a eliminação de margens duplas [*Minuta Guia V+*]. Ocorre o afastamento da dupla marginalização quando um agente econômico, com a aquisição de outro, passa a fornecer insumos internamente, não havendo margem de lucro nesse fornecimento [*Spengler, 1950, pp. 347-352; Tirole, 1988, pp. 388-415*]. Assim, com a conseqüente redução de gastos operada na cadeia produtiva, o agente pode reduzir o preço do produto ao mercado, tornando-o mais atrativo e melhorando o bem-estar do consumidor final [*AC Neoenergia/Eletronorte; AC Seara/Bunge*].

58. A Operação produzirá avanços fundamentados na redução de custos, tendo em vista a eliminação de margens duplas. Com a supressão de taxas de lucro oriunda da integração vertical, reduz-se o custo total da cadeia produtiva. A partir disso, observa-se a criação de eficiências, já que as Requerentes poderão exercer uma atividade menos custosa, o que se converterá, em última análise, em benefícios ao consumidor final.

59. Outra eficiência gerada pelas integrações é a redução dos custos de transação entre os agentes econômicos [*Minuta Guia V+*]. Custos de transação são as despesas oriundas da assimetria informacional entre os agentes econômicos, compondo uma espécie de preço para se realizar transações em mercado [*Coase, 1937, pp. 386-405*]. Portanto, uma integração vertical reduz esses custos na medida em que acaba com a assimetria informacional entre fornecedor e consumidor de insumos, garantindo maior segurança nas operações e, portanto, menores gastos [*AC Hapvida/HB Saúde; AC Tupy S.A.; AC Parker Hannifin Corporation/Meggitt Plc*].

60. Essa redução também se verifica no caso concreto. A aquisição da C@ permitirá que a GT tenha segurança nos contratos de distribuição firmados com a plataforma, já que esta pertencerá ao mesmo agente [*PR, Figura 08*]. Assim, as transações ocorrerão dentro de uma

única empresa, não dependendo a plataforma dos arbítrios do produtor e vice-versa, o que possibilita relações econômicas mais céleres e menos custosas. Os derivados de café da GT terão sua distribuição facilitada e assegurada, de modo a reduzir custos de transação, os quais poderão ser repassados ao mercado, tornando os produtos mais competitivos e acrescentando no bem-estar do consumidor final.

61. Para além das eficiências, uma integração também pode gerar maiores sinergias, as quais produzirão ganhos logísticos que refletirão na qualidade dos produtos e serviços oferecidos, bem como em reduções de preço [*Minuta Guia V+*]. Isso porque as integrações possibilitam coordenações mais eficientes do processo produtivo, bem como melhorias na organização da distribuição dos produtos, de modo a engendrar eficiências econômicas baseadas no aumento de sinergia entre as diferentes etapas da cadeia de produção [*AC Graber/Campseg; AC Bunge/Cargil; AC D&D/PB Brasil*].

62. A aquisição da C@ possibilitará maiores sinergias ao mercado. A GT poderá focar as diversas atividades econômicas distribuídas pelo processo produtivo em objetivos específicos, como o desenvolvimento de tecnologias que integrem produção de derivados de café e sua respectiva distribuição, alcançando maior eficiência. Além disso, serão realizadas economias de escopo oriundas do proveito das complementaridades entre fases da cadeia produtiva, o que reduzirá custos e, portanto, aumentará lucros e fornecerá maior poder de compra ao consumidor final.

63. Ante tudo apresentado, fica claro que a integração vertical do caso em tela não gera problemas estruturais. Não há incentivo ou racionalidade econômica que justifique quaisquer tentativas de fechar os mercados analisados e, mesmo pressupondo essa existência, o tamanho reduzido da C@ e suas características específicas dispensam preocupações. Para além da ausência de riscos, a Operação trará diversas eficiências econômicas, o que demonstra a necessidade de sua aprovação.

III.4. A Operação não resulta em incentivos para a adoção de comportamentos anticompetitivos

III.4.1. Não há racionalidade econômica para prática de *self-preferencing*

64. A GT não foi privilegiada no cenário pré-Operação e não há incentivos para o *self-preferencing* no pós-Operação, pois o fechamento do mercado de plataformas digitais não oferece vantagens econômicas às partes.

65. Ocorre *self-preferencing* quando uma plataforma verticalmente integrada, aproveitando de sua posição dominante em um mercado *upstream* e sua capacidade de manipular as condições de um determinado mercado *downstream*, confere vantagens aos seus produtos oferecidos nesse mercado para alavancar sua participação [Saito, 2022].

66. No caso concreto, não houve qualquer tratamento privilegiado à GT pela C@ no pré-Operação, de forma contrária à alegação da ANCT [PR, §88]. Tendo as falhas técnicas ocorrido meses antes das negociações entre as Requerentes para a Operação [Caso, §15], a GT não tinha acesso ao controle da plataforma e, portanto, era impossível o *self-preferencing* nesse momento.

67. Além disso, conforme entendimento da autoridade internacional, a mera concessão de benefícios não configura *self-preferencing* – pelo contrário, são necessários múltiplos indícios da prática dessa conduta [IA ABBT/iFood].

68. A aferição de cupons promocionais durante o evento foi uma mera concessão de benefícios, disponibilizados somente a fornecedores selecionados, condição explícita e publicada na própria promoção [PR, Figura 09]. Essa seleção é uma estratégia de *marketing* competitiva e válida, ofertada apenas a fornecedores com crescente número de vendas e significativo tempo de parceria, como a GT [PR, Gráfico 03 e Caso, §10]. No mais, a promoção teve duração de apenas três semanas [PR, §56], não havendo qualquer evidência nos autos de prejuízo às concorrentes durante esse período.

69. Também são inverídicas as alegações de *self-preferencing* referentes aos problemas técnicos enfrentados pela plataforma [Caso, §15]. Como mencionado [item III.2.], a explosiva entrada de fornecedores e consumidores na plataforma, decorrente do sucesso das campanhas de *marketing* que evidenciam a postura pró-competitiva da C@, trouxe problemas operacionais ao sistema. Tanto é que as dificuldades em utilizar o carrinho e pesquisar algumas marcas não se deram de forma universal e regular no aplicativo, mas somente para alguns usuários [PR, Figura 04]. Caso a C@ desejasse favorecer os produtos da GT, teria impedido estrategicamente o acesso de todos os consumidores da plataforma, o que não ocorreu. Por fim, de imediato, a C@ se comprometeu a consertar as instabilidades, o que foi feito por meio de atualizações que colocassem o sistema novamente em funcionamento [PR, Figura 05].

70. É importante ressaltar que somente há riscos relevantes de *self-preferencing* quando um agente pode se beneficiar do fechamento do mercado, mediante a exclusão de outros concorrentes ou aumentos de preços [Iasbech, 2022, p. 6]. Ou seja, a existência de risco relevante está condicionada, independentemente do poder de mercado, à identificação de incentivos para o fechamento, conforme ressaltou a SG-TCade [PR, §82]. Assim, é fundamental

analisar a racionalidade econômica dessa conduta no mercado específico das plataformas digitais.

71. As plataformas digitais para distribuição *on-line* são plataformas de múltiplos lados. Dentre suas características fundamentais está a existência de dois grupos distintos, os fornecedores e os consumidores, que precisam um do outro e que confiam na plataforma para intermediar as transações entre eles [Athayde, 2020, p. 7]. Depreende-se que os consumidores somente utilizam a plataforma escolhida porque confiam que seu funcionamento é íntegro e lhes apresenta todas as vantagens conferidas por um ambiente competitivo, como a diversidade de produtos e serviços e incentivos à inovação [Ciccilini, 2021, p. 192].

72. Além disso, os fornecedores, para continuarem ofertando produtos na plataforma, precisam competir em condições justas, a fim de obter retornos financeiros que compensem sua participação. Portanto, a proprietária de uma plataforma, dependente da adesão dos consumidores e fornecedores para o sucesso do negócio [Fujimoto; Boaventura; Vergara, 2021, p. 298-299], não possui racionalidade econômica para promover o fechamento do mercado, uma vez que perderá ambos os grupos mencionados.

73. Conforme demonstrado, não há riscos de *self-preferencing* pois a consumação da Operação não criará incentivos para essa prática, dado que essa conduta não é economicamente vantajosa à GT, como proprietária de uma plataforma digital.

74. Isso é evidenciado (i) pela inexistência de qualquer favorecimento de fornecedores pela C@, tendo em vista que se a discriminação nesse mercado compensasse, já teria sido praticada; (ii) por tratar-se de uma plataforma de múltiplos lados, na qual é imprescindível o engajamento de diversos fornecedores; e (iii) pela insustentabilidade do *self-preferencing*, à medida que as vendas dos produtos da GT representam menos de 15% do faturamento total da plataforma [PR, Tabela 08], sendo sua participação insuficiente para sustentar a saída das demais concorrentes e demasiadamente ínfima para crescer a ponto de tornar-se majoritária.

75. Além disso, cabe ressaltar que o Cade já decidiu pelo arquivamento do processo em um cenário no qual o suposto *self-preferencing* incidia em uma plataforma que não se configurava como uma *essential facility* [PA Google Brasil]. Não sendo o referido *marketplace* imprescindível para o acesso de fornecedores e consumidores ao mercado, não há caracterização de bloqueio de acesso a um insumo essencial.

76. A plataforma da C@ não é essencial para a compra *on-line* de café, dada a existência de outros *players* também relevantes [PR, Tabela 08]. Aliás, tendo sido a C@ pioneira nesse mercado, a existência de outras duas plataformas com *market share* superior a 20% demonstra

que inexistem barreiras à entrada. No mais, considerando que o mercado de distribuição de derivados de café não é segmentado em *on-line* e varejo físico [item 3.1.], a prescindibilidade da plataforma das Requerentes para esse mercado é intensificada, uma vez que o canal *on-line* é pouco relevante para os produtores de café. Assim, mesmo se houvesse *self-preferencing*, esse não traria problemas, devido à irrelevância da C@ na totalidade do mercado.

77. Portanto, frente à inocorrência de *self-preferencing* e à ausência de racionalidade econômica para tanto, não há risco de que essa conduta será praticada após a Operação.

III.4.2. Não há racionalidade econômica para a utilização de informações concorrencialmente sensíveis no pós-Operação

78. Como será verificado, as informações que se tornarão acessíveis no pós-Operação não são concorrencialmente sensíveis, além de que não há racionalidade econômica ou incentivos para que o uso dessas ocorra de forma discriminatória. Ademais, o compartilhamento de informações em mercados verticalizados é frequente, ou seja, a verticalização não é preocupante por si só.

79. De acordo com entendimento consolidado por autoridades antitruste, dados considerados históricos podem ser compartilhados sem que se configure qualquer infração à ordem econômica [Guia de Gun Jumping; Antitrust Guidelines]. O Cade já manifestou a compreensão de que dados mais recentes são os que representam maiores preocupações concorrenciais [Cartel de seguros e resseguros; Cartel healthcare]. Desse modo, os prejuízos relacionados ao compartilhamento de informações antigas são afastados.

80. Conforme o entendimento estabelecido, a SG-TCade concluiu acertadamente que, por se tratar de dados relacionados ao ano-safra anterior – ou seja, históricos -, a probabilidade de manipulação de informações da interface de desempenho de usuários comerciais é muito baixa [PR, §75]. Nesse sentido, as informações que a GT poderia ter acesso por meio da plataforma são antigas, e, logo, não seriam refletidas na safra seguinte. Isso porque variáveis como condições climáticas, doenças e pragas, tendências de consumo, e políticas públicas, sofrem constantes alterações e afetam diretamente o mercado de café, de modo que não é possível formular previsões baseadas em informações referentes ao ano-safra anterior.

81. Ante todo o exposto, fica claro que as informações que a GT passará a ter acesso com a aquisição da C@ não são sensíveis. Contudo, na hipótese de que este E. Tribunal entenda por sua sensibilidade, o que se supõe apenas para fins argumentativos, cumpre destacar que não há racionalidade para um uso ilícito delas, conforme será demonstrado a seguir.

82. O Cade já estabeleceu que, pensando em lucratividade, não há sentido econômico para duas empresas verticalmente relacionadas utilizarem informações de concorrentes, já que, em caso de uso discriminatório de informações, haveria possibilidade de retaliações de outros rivais do mercado [AC Centauro/Nike].

83. Seguindo esse racional, no caso concreto, a SG-TCade entendeu corretamente que a C@ ainda é uma plataforma incipiente, com pouca relevância no mercado [PR, §38]. Atualmente, a participação das vendas dos produtos GT no faturamento da C@ é de apenas 14,54% [PR, Tabela 08], ou seja, a representatividade é baixa, demonstrando a impossibilidade de a plataforma privilegiar apenas os produtos da GT.

84. Ademais, como já elucidado, a C@ possui menos de 5% do mercado de distribuição de produtos derivados de café [PR, Tabela 03], de forma que, em caso de conduta discriminatória por parte das Requerentes, a demanda da plataforma da C@ poderia ser facilmente desviada para outros canais de distribuição ou mesmo para uma plataforma concorrente. Por conseguinte, é de suma importância a manutenção de uma relação saudável com todos os agentes do mercado, tanto a jusante, quanto a montante, para que o crescimento da C@ continue escalando, conforme o pretendido pelas Requerentes.

85. Por fim, considerando os diversos casos já analisados pelo Cade, é possível verificar que operações entre empresas verticalizadas são frequentemente aprovadas [AC Centauro/Nike; AC Grepar/Petrobrás; AC Stone/Lynx], ou seja, uma suposta troca de informações sensíveis não é impeditiva para a aprovação da Operação em análise, visto que existem medidas que podem ser tomadas, em último caso, para eliminar riscos de coordenação e discriminação, como será discutido na sequência.

86. Conforme demonstrado, não só inexistem dados concorrencialmente sensíveis a serem acessados pela GT, como também não há racionalidade econômica para o uso anticoncorrencial de qualquer informação obtida por meio da plataforma.

87. Nesse sentido, é importante apontar que as alegações de que um suposto *gun jumping* teria ocorrido e propiciado trocas de informações sensíveis e coordenação entre as Requerentes são infundadas.

88. Primeiramente, a ANCT alega que houve influência entre as empresas envolvidas na Operação em momento anterior à sua notificação formal, decorrente de eventual compartilhamento de informações por Ricardo Antunes [PR, §55]. Cabe destacar que tal alegação carece de conteúdo probatório suficiente.

89. A preocupação inicial da ANCT foi decorrente da assunção do ex-sócio da C@ como diretor de logística da GT em junho de 2022 [*Caso*, §§17-18]. Contudo, é notório que, como mero detentor de quotas acionárias da C@, não havia razão para que Ricardo detivesse conhecimento relacionado aos dados granularizados de produção e escoamento da C@ ou das demais empresas que utilizavam a plataforma.

90. Assim, as informações que Ricardo possuía eram somente aquelas relevantes para o exercício de sua posição, sem o conhecimento de dados que poderiam ensejar preocupações concorrenciais. Aliás, mesmo supondo que tivesse tentado obter tais informações, essas investidas estariam necessariamente registradas em troca de arquivos com seus subordinados, as quais não se fazem presentes nos autos.

91. Ademais, a ANCT arguiu infundadamente que a implementação de estratégias de *marketing* específicas configuraria mais um indicativo de *gun jumping*. De acordo com a associação, a GT e a C@ teriam compartilhado planos de expansão, critérios de precificação e estratégias de *marketing* voltadas para o feriado do “dia dos pais” [*PR*, §56].

92. Conforme amplamente divulgado ao mercado, as Requerentes já haviam firmado parceria no início de 2020 [*Caso*, §10]. Essa decisão resultou do entendimento, após análises realizadas por ambas as empresas, de que a parceria seria benéfica para as duas partes envolvidas, dado que a plataforma desenvolvida pela C@ conquistaria mais espaço entre os consumidores de Tupilândia, e a GT conseguiria contornar as dificuldades de venda impostas pelas restrições resultantes da pandemia da COVID-19 [*Caso*, §11] - o que, de fato, ocorreu.

93. Sob esse âmbito, uma parceria economicamente viável e coerente para ambas as empresas, por óbvio, envolve concessões prioritárias aos estabelecimentos envolvidos - tanto é que, desde o início de 2020, a GT possuía espaço próprio para suas marcas no aplicativo [*Caso*, §10].

94. Assim sendo, a utilização de recursos visuais e o fornecimento de cupons para evidenciar os produtos Grão Luz, recursos tão questionados pela ANCT, não destoam da lógica comercial de uma parceria, especialmente ao considerar-se o contexto propício para o impulsionamento das vendas - o feriado de dia dos pais.

95. A utilização desses instrumentos de *marketing*, portanto, não indica nada mais do que uma mera atuação em prol de uma parceria rentável firmada meses atrás. Sob esse âmbito, ressalta-se a captura da ANCT pela RSC para alcançar objetivos individuais, por mera retaliação, após o descontentamento resultante das negociações frustradas para firmar uma parceria entre a RSC e a C@ [*Anexo II, Figura 18*].

96. Destaca-se, também, que as negociações referentes à Operação só foram iniciadas no fim de 2022 [*Caso*, §11] - ou seja, mais de dois anos após o episódio questionado pela ANCT. Nesse sentido, é irrazoável argumentar que as Requerentes teriam consumado seu AC anos antes desse sequer ser pauta das tratativas entre as empresas.

97. Em verdade, a acusação de *gun jumping* será tratada de forma mais aprofundada em APAC instaurada para esse fim. Contudo, para que o TCade possa analisar o ato de concentração em pauta munido de todos os fatos relevantes, as Requerentes incumbiram-se a, desde logo, demonstrar a ilogicidade de tal alegação.

98. Finalmente, cumpre destacar que as alegações da Associação são jurídica e economicamente infundadas. Isso é, a ANCT almeja que a Operação, que comprovadamente trará eficiências econômicas e benefícios ao consumidor final, seja reprovada com base em suposições infundadas de uma dita troca de informações sensíveis que teria ocorrido, o que, além de não possuir conteúdo probatório suficiente, não é indicativo algum de que ocorrerá no futuro.

99. Dessa forma, restou demonstrado que, no caso concreto, inexistem incentivos para a promoção de *self-preferecing*, e não há racionalidade econômica para propiciar o compartilhamento de informações sensíveis. Portanto, é ilógico que a Operação seja reprovada de modo precipitado por tentativas triviais e descabidas de descredenciá-la.

IV. REMÉDIOS

100. Inicialmente, é importante destacar que conforme entendimento internacional os remédios acordados em sede de ACC devem ser estritamente vinculados ao nexo de causalidade da operação, tendo em vista que geram custos para a empresa [*AC Grepar/Petrobrás; Guia Remédios p. 14*]. Dessa forma, a análise para a verificação da necessidade de implementar remédios na Operação deve ser feita de forma muito cuidadosa, a fim de preservar o princípio da proporcionalidade.

101. As Requerentes entendem que, diante do cenário demonstrado, não existe qualquer razão para que a Operação não seja aprovada sem restrições. No entanto, caso o TCade entenda de forma diferente, as Requerentes sugerem os seguintes remédios que, se necessário, podem ser acordados em sede de ACC:

a. **Acordo de confidencialidade:** As Requerentes comprometem-se com a assinatura de acordos de confidencialidade com todos os colaboradores, a fim de garantir que não haverá

trocas de informações consideradas sensíveis obtidas por meio da plataforma da C@, relacionadas aos concorrentes da GT [AC *Centauro/Nike e AC Grepar/Petrobrás*];

b. **Protocolo antitruste e governança corporativa:** As Requerentes comprometem-se a elaborar e fornecer um protocolo antitruste, que deverá conter as diretrizes e compromissos para evitar o compartilhamento de informações sensíveis, formalizando os princípios, a estrutura de governança, os sistemas de TI e outras medidas para garantir que as interações entre as Requerentes estejam em conformidade com a legislação concorrencial. [AC *Cargill/ADM/LDC/Susteint*; AC *Itaú/Citibank*; AC *Bradesco/Banco do Brasil/Santander/Caixa/Itaú*];

c. **Manutenção dos cursos sobre temas ambientais:** A ANCT erroneamente alegou supostas preocupações em relação a riscos ambientais decorrentes da Operação. A ANCT, sem provas concretas, já que existem apenas investigações em andamento, decorrentes de uma mera denúncia telefônica [PR, *Figura 13*], acusou a GT de “desestruturar as políticas de produção sustentável” da C@ [PR, §90]. No entanto, independente disso, o TCade não tem competência para analisar os eventuais riscos ambientais gerados pela GT, visto que a LDC estabelece o dever de examinar tão somente os impactos concorrenciais [PR, §95]. Nesse sentido, conforme jurisprudência internacional, a análise realizada pela autoridade antitruste tem escopo limitado à avaliação de eventuais impactos concorrenciais das operações nos mercados envolvidos, tendo em vista que a especialização de uma autarquia tende a torná-la mais produtiva e precisa, de forma que ampliar o escopo da análise antitruste para incluir o escopo ambiental tornaria a análise do TCade menos objetiva [AC *Cargill/ADM/LDC/Susteint*]. Desse modo, questões adjacentes, como riscos ambientais, não devem ser sopesadas frente às questões concorrenciais [AC *Vale/Mosaic*; AC *Boeing/Embraer*]. Ainda assim, as Requerentes, demonstrando seu comprometimento com a aprovação da Operação, dispõem-se a manter e reforçar o oferecimento dos cursos voltados à sustentabilidade, mesmo sem qualquer lucro, a fim de mitigar quaisquer preocupações ambientais;

d. **Política portas abertas:** As Requerentes comprometem-se a sempre permitir que qualquer funcionário do TCade, mediante notificação prévia, mas independentemente de ordem judicial, tenha acesso às suas dependências para a realização de inspeção [AC *JBS/Rodopa*; AC *Telefônica/GVT*; AC *Videolar/Innova*; AC *Saint Gobain/Sicbras*; AC *Ultragaz/SGB*]; e

e. **Não discriminação de fornecedores:** As Requerentes comprometem-se a garantir o acesso à plataforma da C@ a empresas que tenham interesse em fornecer produtos derivados de café, desde que cumpram as condições previstas pela plataforma e atendam simultaneamente

a critérios objetivos de qualidade, sustentabilidade e responsabilidade social, a fim de afastar qualquer preocupação relacionada ao fechamento do mercado [*PA AT&T/Time Warner; AC Intemédica/Mediplan/Samaritano*].

V. CONCLUSÃO E PEDIDOS

102. Diante do exposto, as Requerentes requerem que:

a. A Operação seja aprovada sem restrições, dado que não resulta na criação ou fortalecimento de posição dominante e no fechamento de mercado; bem como não existem sobreposições horizontais no mercado de produtos derivados de café, nem incentivos a práticas anticompetitivas decorrentes da integração vertical da Operação.

b. *Subsidiariamente*, caso não seja possível a aprovação sem restrições, requer-se que a Operação seja aprovada mediante a celebração de ACC, conforme os remédios propostos acima.

Termos em que
pede deferimento.