



**EQUIPE Nº 117**

**MEMORIAL DO TERCEIRO INTERESSADO - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE  
CAFEICULTORES TUPILANDENSES (ANCT)**

Tupilândia, 01 de setembro de 2023.

**SUMÁRIO**

<b>ÍNDICE DE ABREVIACÕES.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS E TABELAS.....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE DE REFERÊNCIAS.....</b>	<b>5</b>
<b>PRECEDENTES CITADOS .....</b>	<b>8</b>
<b>I. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>II. DOS MERCADOS RELEVANTES AFETADOS PELA OPERAÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>II.1 Do mercado de café em grão e café em pó.....</b>	<b>2</b>
<b>II.2 Do mercado de distribuição <i>online</i> de café.....</b>	<b>4</b>
<b>II.3 Do mercado de cursos profissionalizantes.....</b>	<b>5</b>
<b>III. DAS RELAÇÕES DE CONCORRÊNCIA RESULTANTES DA OPERAÇÃO ...</b>	<b>6</b>
<b>IV. DAS CONDIÇÕES DE CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS AFETADOS.....</b>	<b>6</b>
<b>V. DOS EFEITOS ANTICOMPETITIVOS .....</b>	<b>10</b>
<b>V.1. Das práticas de fechamento de mercado .....</b>	<b>11</b>
<b>V.2. Das trocas de informações concorrencialmente sensíveis .....</b>	<b>13</b>
<b>V.3. Das práticas de alavancagem.....</b>	<b>15</b>
<b>V.4. Dos efeitos anticompetitivos decorrentes da exploração de dados dos consumidores .....</b>	<b>17</b>
<b>V.5. Da prática de <i>self-preferencing</i> .....</b>	<b>18</b>
<b>V.6. Da prática de <i>gun jumping</i> .....</b>	<b>21</b>
<b>V.7. Da violação do meio ambiente .....</b>	<b>21</b>
<b>VI. DA EQUIVOCADA APROVAÇÃO SEM RESTRIÇÕES DA OPERAÇÃO.....</b>	<b>22</b>
<b>VII. CONCLUSÃO E PEDIDOS .....</b>	<b>24</b>

**ÍNDICE DE ABREVIACÕES**

TCADE	<i>Conselho Administrativo de Defesa Econômica de Tupilandia</i>
SG	<i>Superintendência-Geral</i>
LDC	<i>Lei de Defesa da Concorrência</i>
ANCT	<i>Associação Nacional De Cafeicultores Tupilandenses</i>
C@	<i>Coffee @</i>
GT	<i>Grão Tupi</i>
Requerentes	<i>Empresas participantes da operação, sendo a união de Caffee e Grão Tupi</i>
Terceira Interessada	<i>Empresa habilitada como terceira interessada no ato de concentração, sendo a Associação Nacional De Cafeicultores Tupilandenses</i>
RSC	<i>Rede Seis Corações</i>
CADE	<i>Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Brasil</i>
M2L	<i>Mercado de Dois Lados</i>
AdC	<i>Autoridade da Concorrência de Portugal</i>

**ÍNDICE DE FIGURAS E TABELAS**

Figura 1	<i>Prints da Plataforma   Evidências de Self-Preferencing (aplicação seletiva de cupons de desconto)</i>
Figura 2	<i>Prints da Plataforma   Evidências de Self-Preferencing (relato de consumidor em rede social)</i>
Figura 3	<i>Prints da Plataforma   Evidências de Self-Preferencing (relatos de consumidor em rede social)</i>
Tabela 1	<i>Remédios aplicáveis à Operação</i>

## ÍNDICE DE REFERÊNCIAS

ALEMANHA. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources. **Bundeskartellamt**, 07 fev. 2019. Disponível em:

[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook\\_FAQs.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook_FAQs.pdf?__blob=publicationFile&v=6).

ARAÚJO SOUTO, G.; ESPIÑEIRA LEMOS, A.; PEREIRA PINHEIRO, G. **O direito à portabilidade de dados pessoais e as consequências de sua (não) implementação para o direito concorrencial**. Direito Público, Brasília, v. 17, n. 95, 2020. p. 230 a 247. Disponível em:

<https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/3719/Souto%3B%20Espineira%3B%20Lemos%3B%20Pinheiro%2C%202020>.

AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION. **Digital platforms services inquiry - Interim report 6 - Report on social media services**. Austrália, 2023.

Disponível em:

[https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20services%20inquiry%20-%20Interim%20report%206%20-%20Report%20on%20social%20media%20services\\_0.pdf](https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20services%20inquiry%20-%20Interim%20report%206%20-%20Report%20on%20social%20media%20services_0.pdf).

AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA. **Eossistemas digitais, Big Data e Algoritmos: issues paper**. Portugal, 2019, p. 69. Disponível em:

[https://www.concorrenca.pt/sites/default/files/processos\\_e\\_deciso/es/epr/2019/2019%20-%20Eossistemas%20digitais,%20Big%20Data%20e%20Algoritmos%20-%20Issues%20Paper.pdf](https://www.concorrenca.pt/sites/default/files/processos_e_deciso/es/epr/2019/2019%20-%20Eossistemas%20digitais,%20Big%20Data%20e%20Algoritmos%20-%20Issues%20Paper.pdf).

BAGNOLI, Vicente. **Designing competition policy in digital markets for developing economies: How the EU can contribute with the digital markets act and digital services act**. DESIGNING COMPETITION POLICY IN DIGITAL MARKETS [...], Vicente Bagnoli, p. 133-158, 2021

BRASIL, Senado Federal. **Constituição da república federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm).

CADE. **Guia para Análise de Atos de Concentração Horizontal**. Brasília, 2016. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf>.

\_\_\_\_\_. **Guia para análise da consumação prévia de atos de concentração econômica**.

Brasília, 2015. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/gun-jumping-versao-final.pdf>.

\_\_\_\_\_. **Guia remédios antitruste**. Brasília: Cade, 2018. Disponível em:

<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-remedios.pdf>.

\_\_\_\_\_. **Resolução nº 20 de 09/06/1999**. Disponível em: Diário oficial da União, dia 30 de junho de 1999.

\_\_\_\_\_. **Caderno Plataformas Digitais**. [S.l.], 29 ago. 2023. Disponível em: [https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/Caderno\\_Plataformas-Digitais\\_Atualizado\\_29.08.pdf](https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/Caderno_Plataformas-Digitais_Atualizado_29.08.pdf).

\_\_\_\_\_. **Concorrência em Mercados Digitais: Uma Revisão dos Relatórios Especializados**. [S.l.], 2020. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2020/documento-de-trabalho-n05-2020-concorrenca-em-mercados-digitais-uma-revisao-dos-relatorios-especializados.pdf>.

\_\_\_\_\_. **Fusões Conglomeradas: Documento de Trabalho**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/documentos-de-trabalho/2023/Documento-de-Trabalho-Fusoes-Conglomeradas.pdf>.

CHEN, Zhijun et al. Data-driven mergers and personalization. **ISER DP**, n. 1108, 2020.

COSTA-CABRAL, Francisco; LYNSKEY, Orla. Family ties: the intersection between data protection and competition in EU Law. **Common Market L. Rev.**, v. 54, p. 11, 2017.

COUTINHO, Diogo R.; KIRA, Beatriz. **Vinhos novos em garrafas velhas: os desafios do antitruste na internet**. JOTA, 7 jul. 2018.

FERNANDES, Victor Oliveira. Direito da Concorrência das Plataformas Digitais: Entre Abuso de Poder Econômico e Inovação. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2022.

IANSITI, Marco; LAKHANI, Karim R. Managing our hub economy. **HBR'S**, v. 10, p. 117, 2017. Disponível em: <<https://hbr.org/2017/09/managing-our-hub-economy>>. Acesso em 12 de agosto de 2023.

FRAZÃO, Ana. **Direito da concorrência: pressupostos e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, v. 1, 2017.

FORGIONI, Paula. **Os fundamentos do Antitruste**. 12ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

KHAN, Lina M. Amazon 's antitrust paradox. **Yale LJ**, v. 126, p. 710, 2016.

\_\_\_\_\_. The separation of platforms and commerce. **Columbia Law Review**, v. 119, n. 4, p. 973-1098, 2019.

KIRA, B.; R. COUTINHO, D. Ajustando as lentes: novas teorias do dano para plataformas digitais. **Revista de Defesa da Concorrência**, Brasília, v. 9, n. 1, p. 83-103, 2021. DOI: 10.52896/rdc.v9i1.734. Disponível em: <https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrenca/article/view/734>. Acesso em: 25 jul. 2023.

LANCIERI, Filippo Maria; SAKOWSKI, Patrícia Alessandra Morita. Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados. **Documento de trabalho 005/2020**. Brasília: Departamento de Estudos Econômicos – CADE, 2020.

OECD. Data portability, interoperability and digital platform competition. **OECD Competition Committee Discussion Paper**, 2021.

\_\_\_\_\_. Ex ante regulation of digital markets. **OECD Competition Committee Discussion Paper**. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/ex-ante-regulation-and-competition-in-digital-markets.htm>.

\_\_\_\_\_. Theories of Harm for Digital Mergers. **OECD Competition Policy Roundtable Background Note**. Disponível em: [www.oecd.org/daf/competition/theories-of-harm-for-digital-mergers-2023.pdf](http://www.oecd.org/daf/competition/theories-of-harm-for-digital-mergers-2023.pdf).

PEREIRA NETO, Caio Mário da Silva et al. **Defesa da concorrência em plataformas digitais**. 2020.

RENZETTI, Bruno; BUENO, Carolina; PAIXÃO, Raíssa. Mercados Digitais: alguns conceitos. **Direito da Concorrência em plataformas digitais**. São Paulo: FGV Direito SP, 2020.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Direito Concorrencial**. São Paulo: Malheiros, 2021.

UNCTAD. **The role of competition policy in promoting sustainable and inclusive growth** – Note by the UNCTAD secretariat. 27 April 2015. UN Doc TD/RPB/CONF.8/6. Disponível em: [http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/tdrbpconf8d6\\_en.pdf](http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/tdrbpconf8d6_en.pdf). Acesso em 23.08.2023.

UNIÃO EUROPEIA. **Orientações para a apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controle das concentrações de empresas**. 2010. Disponível em: <https://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/nonhorizontalguidelines.pdf>.

U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE; FEDERAL TRADE COMMISSION. **Horizontal Merger Guidelines**. Estados Unidos, 2010. Disponível em: <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>.

VERÍSSIMO, Levi Borges de Oliveira. **Killer acquisitions: teoria das aquisições eliminatórias e proteção da inovação nos mercados digitais sob a ótica da defesa da concorrência**. 2021. 122 f., il. Dissertação (Mestrado em Direito)—Universidade de Brasília, Brasília, 2021. Disponível em: <http://repositorio2.unb.br/jspui/handle/10482/41612>.

**PRECEDENTES CITADOS**

CADE. Ato de Concentração nº 08700.001448/2018-01, Requerentes: **Sucafina Brasil Indústria, Comércio e Exportação Ltda.** e MC Coffee do Brasil Ltda. Aprovado em 09 de março de 2018.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.002179/2016-2, Requerentes: **Café 3 Corações, Companhia Iguaçu de Café Solúvel.** Brasília, DF, Publicado em 08 junho de 2016.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08012.012834/2010-11, Requerentes: **Sara Lee Cafés, Café Maracanã.** Brasília, DF, Publicado em 10 maio de 2011

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08012.010021/2008-71, Requerentes: **Sara Lee Cafés, Café Moka.** Brasília, DF, Publicado em 11 de novembro de 2009.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.007262/2017-76, Requerentes: **Nasper Limited, Delivery Hero, Rocket Internet SE.** Brasília, DF, Publicado em 09 de março de 2018.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.002171/2023-92, Requerentes: **Rappi Inc., Box Delivery S.A., Gadle Tecnologia S.A.** Brasília, DF, Publicado em 25 de abril de 2023.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.000826/2020-45, Requerentes: **Multiplan, Delivery Center.** Brasília, DF, Publicado em 18 de março de 2020.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.000785/2020-97, Requerentes: **Café Três Corações S.A., Mitsui Alimentos Ltda .** Brasília, DF, Publicado em 17 de junho de 2020.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.004304/2022-84, Requerentes: **Grepar Participações Ltda., Petróleo Brasileiro S.A.** Brasília, DF, Publicado em 28 de junho de 2023.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.000627/2020-37, Requerentes: **Grupo SBF S.A., Nike do Brasil Comércio e Participações Ltda.** Brasília, DF, Publicado em 21 de março de 2021,

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.004426/2020-17, Requerentes: **Bus Serviços de Agendamento S.A., J3 Participações Ltda.** Brasília, DF, Publicado em 02 de fevereiro de 2022.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.001097/2017-49, Requerentes: **Bayer Aktiengesellschaft e Monsanto Company .** Brasília, DF, Publicado em 16 de fevereiro de 2018.

\_\_\_\_\_. Ato de Concentração nº 08700.004431/2017-16, Requerentes: **XP Investimentos e Itáu Unibanco .** Brasília, DF, Publicado em 20 de março de 2018.

EU, Google Search - AT.39740. 27 jun. 2017. Disponível em:

<[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/39740/39740\\_14996\\_3.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf)>

EU, Google Fitbit - Case M.9660. Comissão Europeia. Caso M.9660 - LVMH / Tiffany & Co. 20 set. 2021. Disponível em:

<[https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202120/m9660\\_3314\\_3.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202120/m9660_3314_3.pdf) >

**AO TRIBUNAL DO CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA DE  
TUPILÂNDIA****VERSÃO PÚBLICA****Ato de Concentração n.º 02200.001234/2022-34**

A **Associação Nacional de Cafeicultores Tupilandenses** ("ANCT" ou "Terceira Interessada"), já qualificada nos autos do Ato de Concentração em epígrafe e devidamente habilitada como terceira interessada, nos termos do art. 50, I da Lei Tupilandense n.º 16.773/2019, vem, respeitosamente, por meio de seus advogados ao fim subscritos, apresentar

<b>MEMORIAIS</b>
------------------

com fundamento na Lei Tupilandense de Defesa da Concorrência n.º 16.773/2019 ("LDC"), pelas razões de fato e de direito a seguir expostas.

**I. INTRODUÇÃO**

1. A operação em análise consiste na aquisição da Coffee ("C@"), pela empresa Grãos Tupi ("GT" e, em conjunto com a C@, "Requerentes"), atualmente sob análise neste TCADE ("Operação").
2. A Operação resulta em uma expressiva integração vertical e em sobreposição horizontal entre duas empresas atuantes no mercado de café de Tupilândia. Se aprovada sem restrições, a Operação acarretará diversos efeitos anticompetitivos, tais como: (i) o aumento de barreiras à entrada; (ii) a diminuição da rivalidade, que possibilitará o abuso de posição dominante; (iii) o fechamento de mercado a jusante ("upstream") e a montante ("downstream"); (iv) a potencialidade de acesso à informações concorrencialmente sensíveis; e (v) a adoção de práticas de alavancagem.
3. Conforme será demonstrado ao longo deste memorial, diante dos evidentes efeitos anticompetitivos resultantes da Operação, na qualidade de terceira interessada devidamente habilitada nos autos deste Ato de Concentração, a ANCT reforça a necessidade de revisão da

decisão de aprovação da Operação proferida pela Superintendência Geral deste TCADE (“SG-TCADE”), sob pena de acarretar prejuízos irreversíveis ao livre funcionamento do mercado e a manutenção da livre concorrência em Tupilândia.

## **II. DOS MERCADOS RELEVANTES AFETADOS PELA OPERAÇÃO**

4. A delimitação dos mercados relevantes afetados pela Operação é etapa de extrema relevância para a correta identificação de seus resultados [CADE, 2016, p. 13]. Ressalta-se que o exercício de definir mercados relevantes deve ser considerado como instrumento importante na análise dos efeitos de um ato de concentração, mas não deve ser o único [Frazão, 2017, p.140].

5. Os subtópicos abaixo pretendem explorar a definição dos mercados relevantes afetados pela Operação, com o intuito de pontuar os principais equívocos cometidos pela SG-TCADE, bem como apresentar a delimitação correta para os mercados envolvidos. Com a devida vênia, as definições trazidas no parecer da SG-TCADE não devem servir como alicerce para aprovação de um dos mais importantes atos de concentração no setor de café de Tupilândia, e, portanto, devem ser revisitadas pelo Exímio Tribunal do TCADE.

### **II.1 Do mercado de café em grão e café em pó**

6. O primeiro mercado relevante afetado pela operação diz respeito às atividades de produção de derivados de café. De início, é válido ressaltar que o parecer da SG considerou, de forma equivocada, o mercado relevante como o mercado de produtos derivados do café, em âmbito nacional [SG, §§20-21, p. 17]. Entretanto, é necessário realizar ressalvas sobre a referida delimitação, tanto no âmbito do produto, quanto no âmbito geográfico.

7. Em relação ao âmbito do produto, pontua-se, desde já, que as Requerentes integram o mesmo mercado relevante, uma vez que a GT, além de outros derivados de café, atua na produção de café em grão e em pó [RELATO DOS FATOS, §4, p. 3], e a C@ atua na produção de café em grão e o café em pó [RELATO DOS FATOS, §5, p. 3].

8. No caso em tela, o mercado na dimensão do produto deve considerar os bens e serviços que são substituíveis aos consumidores, tanto por suas características ou preços, quanto por sua utilização [CADE, 2016, p. 13]. Assim, uma fixação tão ampla como a realizada pela SG, quando determina que o *"mercado de produtos derivados de café (...) integra um mesmo mercado relevante"* [SG, §19, p. 17], cria uma delimitação que não reflete as efetivas condições de concorrência vislumbradas neste mercado.

9. **Afirmar que todos esses produtos integram um mesmo mercado relevante é ignorar as características a eles inerentes, as preferências dos consumidores e a ausência de substitutibilidade.** Isso porque apesar de semelhantes e originários de uma mesma matéria-prima, os produtos da indústria de café são compreendidos como integrantes de diferentes mercados relevantes, ao momento que há baixa elasticidade cruzada entre estes [*Sucafina Brasil e Mc Coffee; Café 3 Corações e Companhia Iguaçu de Café Solúvel; Sara Lee Cafês e Café Maracanã*]. Ou seja, grosso modo, o consumidor que compra o café em pó, independentemente do valor que lhe será oferecido, não tem interesse em substituí-lo por um café solúvel ou por outros tipos.

10. Assim, é evidente que a conclusão de que todos os produtos derivados de café englobam o mesmo mercado relevante, *sem justificativa econômica adequada*, demonstra a falta de profundidade do parecer. Portanto, “uma vez que **não há substitutibilidade pelo lado da demanda e pelo lado da oferta, esses produtos devem ser compreendidos como diferentes e participantes de mercados relevantes distintos**” [*Sara Lee e Café Moka*].

11. Nesse contexto, pontua-se, ainda, que o café torrado e o café moído devem ser compreendidos como integrantes do mesmo mercado relevante, tendo em vista que são submetidos ao mesmo tratamento e processo para obtenção do café (*i.e.*, o de adição de água ao pó) [*Sara Lee e Café Moka*].

12. Diante disso e compreendendo os produtos fornecidos pelas Requerentes [RELATO DOS FATOS, §§4-5, p. 3], o mercado relevante relacionado à produção de café, sob a ótica do produto, deve ser compreendido como o **mercado de café torrado e café moído**.

13. Assim, fica evidente que, ao basear sua análise em um mercado tão amplo, a SG-TCADE não apreciou os reais percentuais de *market share* detidos pela GT e pela C@, na medida em que foram diluídos em mercado que engloba todos os produtos derivados do café.

14. **Como afirmar, com tamanha certeza, que a operação não irá gerar efeitos anticompetitivos se a análise foi baseada em um mercado tão amplo?** Ora, não é possível afirmar que inexistente nexos de causalidade entre a dominância da GT no pré e pós-operatório [SG, §13, p. 15] se sequer foram analisados os reais percentuais de mercado.

15. Já no âmbito geográfico, que diz respeito à área onde se desenvolvem as relações de concorrência que serão afetadas [Forgioni, 2022, p. 222], o **mercado deve ser considerado como nacional**, uma vez que: (i) há presença de diversas empresas regionais, nacionais e multinacionais espalhadas por Tupilandia; (ii) os custos de distribuição são baixos; (iii) os produtos ofertados pelos fornecedores estão disponíveis em todo o território nacional; e (iv) os

canais de distribuição permite ampla distribuição em todo o território nacional [*Café 3 Corações e Companhia Iguaçu de Café Solúvel; Café 3 Corações e Mitsui Alimentos*].

16. Portanto, sabendo que a GT é uma empresa dominante e a C@ está em plena expansão, fica evidente que a análise realizada pela SG é incompleta e não condiz com a realidade do mercado afetado. A operação, ao contrário da conclusão apresentada no parecer, gera uma dominância de mercado que abre margem para a realização de práticas anticompetitivas por parte da GT.

## II.2 Do mercado de distribuição *online* de café

17. O segundo mercado relevante afetado pela Operação se relaciona às atividades de distribuição *online* de café.

18. De início, deve-se compreender que a plataforma funciona como uma intermediadora entre os produtores de café e os consumidores finais, ao momento que vincula ambos os grupos, podendo ser compreendida como um mercado de dois lados ("M2L").

19. Por realizar tal função de intermediação, torna-se possível a aplicação, de forma análoga, dos precedentes já existentes no mercado de pedidos online de comida [*Nasper Limited e Delivery Hero; Rappi e Box Delivery; Multiplan e Delivery Center*], nos quais o mercado pode ser dividido em: (i) *marketplace* e plataforma multi-restaurantes, onde funciona como intermediadora entre os produtores e o consumidores, sendo responsável pela entrega em si; (ii) plataforma dedicada, na qual os próprios produtores oferecem aos consumidores plataformas exclusivas; e (iii) especialistas em pedidos e logísticas.

20. No caso em tela, considerando que o modelo de negócio adotado pela C@ é o modelo de plataforma [Comissão WICADE, Esclarecimentos, perg. 1], pode-se afirmar que engloba: (i) um *marketplace*, na medida em que realiza a intermediação de pedidos, funcionando como um *shopping* virtual, no qual as empresas vendem produtos em um mesmo local [*Magazine Luiza e Kabum Comércio*]; e (ii) especialistas em logística, visto que fornecem, além dos serviços de intermediação, o de entrega e logísticas.

21. Considerando esses aspectos e a dinâmica do mercado de café em si, pode-se inferir que a plataforma da C@, considerando que funciona como especialista logístico, **atua no mercado de distribuição *online* de café em Tupilândia, sendo responsável por levar ao consumidor final o produto produzido pelas diversas empresas.**

22. A SG-TCADE, entretanto, alegando que o mercado de distribuição *online* ainda mostra-se incipiente em Tupilândia [SG, §§38 e 51, p. 21 e 23], afastou a possibilidade de que este seja analisado como mercado específico. Entretanto, como demonstrado ao longo do presente

memorial, o mercado deve ser fixado em relação ao produto/espaco geográfico afetado pela Operação, devendo ser considerados elementos como a substitutibilidade e a elasticidade cruzada.

23. Enfatiza-se que tais elementos, apresentados acima, foram desconsiderados pela SG-TCADE no momento da fixação do mercado relevante. Ao ignorá-los, demarcou um mercado a montante totalmente incoerente, desconsiderando a unicidade do mercado *online* de distribuição de café e colocando-o como equivalente ao mercado de distribuição geral (e.g. exportação, atacado, varejo). Ora, essa forma tão ampla de fixação do mercado não pode ser considerada por este E. Tribunal, pois não existe substitutibilidade entre os produtos fixados como participantes de tal mercado.

24. Com base nos esclarecimentos apresentados acima, entende-se que este E. TCADE deve considerar o **mercado de distribuição *online* de café** como um dos mercados afetados pela Operação.

25. Já no âmbito geográfico, considerando as características que permeiam o mercado de distribuição *online*, a ANCT entende pela necessidade de análise “**tanto pela ótica nacional como pela municipal**” [*Nasper Limited e Delivery Hero*], a fim de compreender as reais condições de concorrência e os efeitos da Operação nesse mercado.

26. A necessidade de analisar o mercado de distribuição sob a ótica nacional está pautada nos seguintes principais motivos: (i) a determinação nacional da precificação; (ii) o nível nacional das ações de *marketing*; e (iii) a experiência uniforme dos usuários em todas as regiões. Por sua vez, a análise de cenário geográfico mais restrito (*i.e.*, municipal), estaria fundamentada nas seguintes justificativas: (i) a demanda pelo serviço é inerentemente local; (ii) a expansão da área geográfica de atuação da plataforma não é automática, requerendo investimento e estruturação local; e (iii) as estratégias de entrada das empresas ocorrem de forma local.

27. Assim, resta evidente a errônea delimitação do mercado *downstream* trazida no parecer da SG-TCADE que sequer se aprofundou na análise dos possíveis cenários geográficos aplicáveis ao mercado de distribuição *online* de café (*i.e.*, nacional e municipal). A ausência de aprofundamento no parecer da SG-TCADE torna indubitável a revisão da definição do mercado de distribuição no âmbito do Tribunal deste E. TCADE, a fim de alcançar a compreensão das reais condições de concorrência e dos efeitos anticompetitivos resultantes da Operação.

### **II.3 Do mercado de cursos profissionalizantes**

28. Por fim, em relação ao mercado de cursos profissionalizantes, oferecidos pela C@, a ANCT concorda com a delimitação de mercado realizada pela SG-TCADE, mas se preocupa

com a consequente concentração conglomerada. Nesse sentido, é importante ressaltar que a atividade da GT e da C@ se relacionam por ser destinada aos mesmos clientes intermediários [EU, 2008, p. 2], ou seja, os usuários comerciais que, ao mesmo tempo que se utilizam das plataformas da C@, são concorrentes da GT à montante e clientes dos cursos profissionalizantes.

29. Assim, a preocupação concorrencial se baseia na possibilidade de que a GT passe a utilizar-se do seu elevado poder de mercado para alavancar sua posição dominante também para o mercado de cursos profissionalizantes, por meio da vinculação, agrupamento ou práticas de exclusão [EU, 2008, p. 20]. Em face desse risco, faz-se necessário que a autoridade haja de forma diligente, mantendo-se vigilante às possíveis práticas competitivas no mercado de cursos, assim como a possibilidade de abuso de poder conglomerado por parte da GT.

### **III. DAS RELAÇÕES DE CONCORRÊNCIA RESULTANTES DA OPERAÇÃO**

30. Assim, com base nas definições de mercado exploradas anteriormente, conclui-se que a operação resulta em: (i) sobreposição horizontal, uma vez que ambas as Requerentes atuam no mercado de produção de café torrado e em pó; (ii) integração vertical, ao momento em que as Requerentes desenvolvem atividades em níveis diferentes da cadeia de abastecimento [UE, 2008, §4], sendo a GT a empresa atuante a montante (produção de café), e a C@ a empresa atuante a jusante (distribuição de café); e (iii) integração conglomeral.

31. Diante disso, torna-se válido analisar as condições da concorrência que permeiam cada um de tais mercados, a fim de compreender os reais efeitos oriundos de tal aquisição.

### **IV. DAS CONDIÇÕES DE CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS AFETADOS**

32. Para compreender o contexto no qual se insere o presente ato de concentração, é necessário analisar as condições de concorrência dos mercados afetados, especialmente a existência de barreiras à entrada, o nível de rivalidade e o *share* detido pelas empresas. Para isso, será realizada a análise dos principais mercados afetados, quais sejam: (i) o mercado de produtos originário de café, com ênfase no mercado de café em pó e em grão; e (ii) o mercado de distribuição *online* de café.

33. Tal análise específica é justificada por dois principais motivos: em relação ao mercado (i), a participação conjunta das Requerentes levará a um elevado aumento do *marketshare* no mercado a montante, o que resta necessária a análise mais aprofundada; já o mercado (ii), urge a necessidade de análise mais aprofundada pois a C@ detém o *share* de 45,5% [SG, Tabela 8, p. 23] do mercado a montante, além de elevado poder de mercado.

#### IV.1. Das condições de concorrência no mercado de café torrado e café moído

34. Inicialmente, pontua-se que as barreiras de entrada podem ser entendidas como obstáculos para que outras empresas passem a atuar em determinado mercado relevante [Lancieri; Sakowski, p. 46, 2020], assim, a sua análise visa compreender a probabilidade de que a entrada de novos *players* seja possível [CADE, 1999].

35. No caso em análise, a entrada no mercado de café é dificultada por três principais fatores: (i) pela fidelidade dos consumidores às marcas estabelecidas; (ii) pela existência de custos de entrada irrecuperáveis associados a necessidade de elevados investimentos em publicidade e *marketing*; e (iii) pelas características de economias de escala e escopo [*Três Corações e Mitsui Alimentos*].

36. Assim, considera-se que o mercado de café torrado e moído é **dotado de elevadas barreiras à entrada** que dificultam o ingresso de novos *players*. Na ausência de concorrentes efetivos ou potenciais entrantes no cenário pós-Operação, os efeitos anticompetitivos resultantes da Operação serão ampliados.

37. A rivalidade, por sua vez, é a análise do grau de concorrência efetiva entre a empresa resultante da Operação e seus rivais [CADE, 2016, p. 33]. A presença de rivalidade tornaria pouco provável o exercício de poder de mercado pelas Requerentes no cenário pós-Operação, o que não ocorre no caso do mercado de café torrado e moído.

38. O mercado em questão não é dotado de elevada rivalidade, uma vez que: (i) há elevado grau de concentração de poder mercado na GT; (ii) há dispersão da precificação, na medida em que pequenos produtores não detêm a capacidade para precificar seus produtos a preços semelhantes de outros *players*; (iii) o acesso a distribuidores de logística é diferente entre as empresas; (iv) há fidelização entre clientes e ofertante; e (v) os *players* não possuem mesmo nível de economia de escala e escopo.

39. Assim, na ausência de elevada rivalidade no mercado, a GT (possuente de elevado *market share* no mercado nacional), ao realizar sobreposição horizontal com a C@ (empresa ascendente), passará a figurar como possuente de elevado e efetivo poder de mercado, em face da baixa rivalidade do mercado não se torna capaz de desincentivar a prática de atos anticompetitivos. Pelo contrário, a GT possui capacidade e incentivos para adotar comerciais agressivas e anticompetitivas, a fim de reduzir a participação de mercado de outros *players*.

40. Além disso, é válido afirmar que o elevado poder de portfólio (e.g. oferta diversos tipos de produtos e marcas etc.), detido pela GT, deve ser considerado para análise das condições de concorrência. Isso porque, ao oferecer um portfólio amplo, a GT garante uma diminuição nos

custos de transação dos consumidores e de fornecedores, além de um menor custo de produção, o que ocasiona na formação de barreiras à entrada para novos *players* [CADE, 2016, p. 39], diminuindo a rivalidade efetiva, e facilitando a prática de atos anticompetitivos.

41. À luz do exposto, conclui-se que a rivalidade existente no mercado de café torrado e moído não constitui componente efetivo para reduzir o exercício de poder de mercado pelas Requerentes no cenário pós-Operação.

42. Assim, observando as elevadas barreiras à entradas e o baixo nível de rivalidade no mercado de café moído e em pó, ao contrário do que alegam as Requerentes, a Operação intensificará a concentração do mercado e, conseqüentemente, resultará em situação de desequilíbrio concorrencial.

#### **IV.2. Das condições de concorrência no mercado de distribuição *online* de café**

43. Diferentemente da análise realizada em mercados tradicionais, em atos de concentração que envolvem plataformas digitais, como ocorre no caso em tela, é necessário considerar a possibilidade de exercício de poder de mercado à luz do dinamismo enfrentado nesses mercados [Fernandes, 2022, p. 255]. Assim, o presente subtópico demonstrará não somente as condições de concorrência observadas em mercado tradicionais, mas também as particularidades de mercados de plataformas digitais.

44. Nesse sentido, tem-se que uma das principais características de mercados de plataformas digitais é a existência de fortes efeitos de rede, diretos e indiretos, uma vez que a utilidade para os usuários aumenta, na medida em que aumenta o ingresso de usuários do outro lado [CADE, 2021, p. 11]. No caso em análise, observa-se que a plataforma *online* da C@ torna-se mais útil aos seus consumidores finais quanto maior for a quantidade de produtores de café cadastrados – uma lógica de retroalimentação.

45. Outra característica a ser pontuada são os elevados custos de troca que algumas plataformas podem gerar aos usuários. A título de exemplo, seria possível mencionar que, ao utilizarem a plataforma, os usuários possuem seus dados devidamente analisados e passam a receber uma maior personalização de conteúdo e indicação de produtos a eles relevantes [Souto; Espiñeira; Pereira, 2020, p. 235], o que ocasiona efeitos *lock-in* à plataforma (*i.e.*, de aprisionamento, de dependência).

46. A elevação de tais custos, juntamente com o efeito de aprisionamento do consumidor, gera uma preferência destes pelo *single-homing* (*i.e.* conexão com apenas um provedor de serviços de Internet) [CADE, 2023, p. 15]. Ou seja, o consumidor passa a preferir a utilização

de apenas uma plataforma, pois a alternância entre plataformas diferentes é vista como extremamente custosa [*ClickBus e J3*].

47. Em síntese, os principais exemplos de elevadas barreiras à entrada vislumbrados no mercado de distribuição *online* de café seriam: (i) os fortes efeitos de rede que geram elevados custos de troca aos consumidores, dificultando sua mudança para qualquer outro novo *player*; (ii) o elevado volume de dados, que permitem uma maior potencialidade do efeito *lock in*; (iii) a existência de extenso portfólio pela C@ que reforçam os efeitos de rede; e (iv) o elevado custo de entrada para novos *players* que necessitam realizar altos investimentos em *marketing* e publicidade.

48. Assim, as elevadas barreiras observadas tornam improvável o ingresso de novos *players*. Portanto, ao integrar dois grandes *players* do mercado de café, a Operação tem a potencialidade de intensificar as barreiras identificadas acima e dificultar a entrada de novas plataformas no setor de café em Tupilândia.

49. Em relação à rivalidade do mercado, pode-se afirmar que esta não é elevada. Além da C@, que detém *market share* de 45,5% [SG, Tabela 8, p. 23], somente outros dois *players* atuam na distribuição *online* de café, estes com baixos *market share*. Como empresa que primeiro entrou no mercado (*first mover*), a C@ acaba por se beneficiar dos efeitos do *winner-takes-all*, no qual esta torna-se dominante no mercado em questão, gerando um ambiente de rivalidade quase inexistente.

50. Para entender melhor essa lógica, é essencial compreender que o funcionamento do modelo de plataforma é pautado em efeitos de rede e economias de escala e escopo. No que tange os efeitos de rede, quanto mais consumidores presentes na plataforma, mais vendedores irão buscá-la para ofertar seus produtos e esse aumento na oferta impacta diretamente na procura pela plataforma por parte dos consumidores. Assim, cria-se um ciclo de *feedback* positivo que resulta na formação de uma comunidade sólida de usuários e altamente conectada que se beneficia com a aquisição de bens e serviços [Iansiti, 2017, p. 90].

51. Nesse ambiente, quanto mais transações econômicas são realizadas, maior a conectividade dos usuários e o poder econômico da plataforma. Com o crescimento da plataforma, há um aumento claro na capacidade de atração de usuários e de coleta de dados desses usuários, resultando em ofertas mais personalizadas e no aprimoramento dos anúncios. Assim, há benefícios e vantagens competitivas claras às empresas pioneiras (*first movers*) e os novos entrantes enfrentam dificuldades para ingressar e se manter no mercado [CADE, 2023, p. 16].

52. Em função de tais características e condições, o mercado de distribuição *online* pode ser considerado como um mercado tendente a *tipping*, ou seja, é um mercado que, apesar de apresentar uma intensa competição no início, posteriormente, transforma-se em mercado de baixa competição, no qual o monopolista aproveita as rendas de seu poder de mercado e passa a dificultar a entrada e manutenção de novos *players* [Lancieri; Sakowski, 2020, p. 14].

53. Em Tupilândia, tal efeito já é evidente, uma vez que, conforme já demonstrado, o mercado de distribuição possui elevadas barreiras à entrada e o poder de mercado é concentrado em um único *player*: a C@, esta que detém *market share* de quase 50% do mercado. Assim, a combinação de negócios com uma empresa que também detém elevado poder no mercado a montante (*i.e.*, a GT) tem a potencialidade de intensificar as elevadas barreiras à entrada e reduzir as condições de rivalidade identificadas no mercado, dificultando a entrada de novos *players*.

54. Tendo em vista as condições de concorrência descritas neste tópico, passa-se a demonstrar os inúmeros danos anticompetitivos resultantes da Operação.

## V. DOS EFEITOS ANTICOMPETITIVOS

55. Conforme mencionado anteriormente, o presente tópico visa demonstrar que a Operação será capaz de gerar diversos efeitos negativos à concorrência e, portanto, deve ser reprovada por este e. TCADE, assim como demonstrar que as Requerentes possuem capacidade e incentivos suficientes para adotar estratégias anticompetitivas no cenário pós-Operação.

56. Nesse contexto, é relevante analisar as teorias do dano envolvidas na Operação, estas compreendidas como um conjunto de ideias que permitem identificar as possíveis violações à concorrência [Kira; Coutinho, 2021, p. 83].

57. No presente memorial, as teorias do dano são analisadas dentro de duas perspectivas: (i) pela teoria clássica, que adota a análise de efeitos coordenados e não-coordenados [EU, 2008, p. 3], sendo o foco do presente memorial a demonstração dos efeitos não coordenados, como o fechamento de mercado e a troca de informações concorrencialmente sensíveis; e (ii) por teorias modernas, que consideram as características dinâmicas das plataformas na análise concorrencial de atos de concentração [Kira; Coutinho, 2021, p. 85], com ênfase nos danos relacionados ao abuso do poder de mercado detido pela plataforma, por meio da exploração de dados de seus usuários e de prática de *self-preferencing*, que resultam na diminuição das opções de escolha dos usuários e nos processos de inovação.

### V.1. Das práticas de fechamento de mercado

58. Analisados por meio da ponderação dos possíveis danos e das possíveis eficiências, os atos de concentração vertical, como o do caso em tela, para serem aprovados, necessitam que estas sobreponham-se àquelas. Entretanto, ao contrário do que argumentam as Requerentes e a própria SG-TCADE, a Operação **não gera eficiências capazes de se sobressair em relação aos efeitos deletérios à concorrência**, sendo o principal deles: a possibilidade de fechamento de mercado.

59. Como afirmou a SG-TCADE, em o que parece ser um lapso de razoabilidade, “o caráter principiante do mercado não permite afirmar que a adoção de um comportamento anticompetitivo seja improvável no pós-Operação” [SG, §48, p. 23]. Em outras palavras, a própria SG-TCADE, de forma contraditória a suas rasas conclusões no tocante à aprovação da Operação, confirma a possibilidade de provável adoção de práticas anticompetitivas, como o fechamento do mercado, por parte das Requerentes.

60. Assim, é válido pontuar que o fechamento de mercado, como efeito não coordenado, é situação na qual a operação passa a restringir ou impedir o acesso dos concorrentes a importantes insumos do mercado [OECD, 2008, p. 3], gerando significativas restrições. Para que ocorra, é necessário a demonstração da existência de capacidade e incentivo, por parte das empresas, assim como a identificação do tipo de fechamento: a jusante ou a montante.

61. O fechamento do mercado a montante ocorre quando a empresa a jusante, detentora de capacidade e incentivo, passa a adquirir insumos apenas da empresa verticalizada, acarretando prejuízos aos demais agentes do mercado a montante [*ClickBus e J3*]. No caso em tela, o fechamento a montante seria a situação em que a C@, empresa atuante no mercado a jusante, concede máxima prioridade aos insumos da GT (empresa a montante), o que causaria prejuízo imensurável às demais produtoras de café.

62. Para que reste configurado o fechamento a montante, a empresa a jusante (no caso, a C@), não precisa deixar de adquirir insumos das demais concorrentes, forçando-as ao abandono de mercado [OECD, 2008, p.10]. A simples desvantagem e diminuição da efetividade dos concorrentes, por meio da adoção de condições menos favoráveis, torna-se suficiente para identificar uma situação de fechamento [OECD, 2008, p. 10].

63. No caso em tela, conforme demonstrado, a C@ detém 45,5% do *market share* do mercado a jusante [SG, Tabela 8, p. 23], figurando como a principal plataforma de distribuição *online* de café. Esse poder, acrescido às características do modelo de plataformas digitais (*e.g.*, elevados efeitos de rede que alargam o efeito *lock-in* do consumidor, diminuindo o poder de troca dos usuários da plataforma por outras plataformas), tornam a C@ **detentora de**

**capacidade inegável para realizar práticas anticompetitivas no mercado.** Em outras palavras: a plataforma *online* da C@ detém evidente capacidade para realizar fechamento de mercado, sem ao menos sofrer com a saída de produtores e consumidores de sua plataforma.

64. O incentivo, por sua vez, está vinculado aos efeitos na renda da empresa, ou seja, pondera-se os custos associados à redução das aquisições ou desfavorecimento dos fornecedores concorrentes, com os ganhos atrelados à prática do ato [OECD, 2008, p. 12]. No caso em tela, é válido afirmar que a rentabilidade da C@ nada diminuiria com a favorecimento da GT, pelo contrário, existiria um aumento nas vendas da empresa verticalizada a montante – a GT – o que demonstra o racional lógico para o fechamento.

65. Como anteriormente demonstrado, trata-se de um mercado a jusante dotado de diversas características que tornam o consumidor menos propenso a sair da plataforma, aumentando os seus custos de troca devido aos elevados efeitos de rede. Assim, verifica-se que a plataforma figura como um importante insumo, tanto para os produtores, quanto para os consumidores, sendo improvável que o favorecimento dos produtos da GT resulte na saída de produtores ou consumidores.

66. Demonstrada a capacidade e o incentivo detido pelas Requerentes para adoção de prática de fechamento no cenário pós-Operação, é válido pontuar que tal prática tem elevado potencial de acarretar diversos problemas à concorrência do mercado a montante, tais como: (i) a inexistência de estímulos para entrada de novos *players* a montante ou para realização e de investimentos; (ii) a possibilidade de aumento dos preços de produção, pois as empresas passariam a operar em um limiar mínimo de eficiência, perdendo a produção e aumentando os seus custos; (iii) a elevação dos preços dos produtos para o consumidor final; e (iv) a possibilidade de saída dos produtores do mercado a longo prazo [OECD, 2008, p. 16-17].

67. Já o fechamento a jusante ocorre quando a empresa a montante, ao possuir capacidade e incentivo, direciona sua produção para a empresa verticalizada ou, ainda, prática discriminação de preços [*Grupo SBF e Nike Brasil*].

68. Como demonstrado ao longo deste memorial, a Operação garantirá que ambas as Requerentes detenham elevado poder de mercado na produção de café em pó e em grãos. Além disso, a GT possui elevada dominância no mercado de produtos derivados de café. Assim, há evidente capacidade, no mercado a montante, para que as Requerentes realizem práticas de fechamento.

69. Vale trazer à tona que, apesar de delimitarem incorretamente o mercado relevante, como ora demonstrado, os dados utilizados pela própria SG-TCADE, mesmo que extraídos de um mercado extremamente abrangente, são expressivos no que tange o domínio da GT, indicando

a clara capacidade de fechamento por parte da empresa. Considerando o mercado de produtos derivados de café, apenas para fins de argumentação, o *market share* combinado das Requerentes seria de 40% (quarenta por cento) no mercado a montante. Resta, assim, o questionamento: **como a SG-TCADE ignora a evidente existência de poder de mercado a montante pela empresa? Como ao menos realiza um aprofundamento de sua análise sobre a possibilidade de fechamento de mercado?**

70. Quanto ao incentivo para a prática de fechamento no mercado a jusante, este é inegável, pois a empresa a montante (GT), ao realizar uma diminuição dos seus preços na plataforma, e uma elevação dos preços aos demais concorrentes a jusante, intensifica o crescimento da C@, atraindo consumidores pelos baixos preços. O aumento de consumidores no aplicativo, por sua vez, favorece a elevação dos lucros a jusante, e o crescimento dos efeitos de rede, que geram uma maior “dependência” da plataforma, o que demonstra a existência de racional econômico para a prática de fechamento.

71. Elevar os preços de café para as demais plataformas a jusante não possui custos mais elevados do que a diminuição dos preços na plataforma da C@, pois o rendimento seria recuperado pela elevação da lucratividade no mercado *downstream*, assim como o seu crescimento como plataforma dominante. Assim, seria possível afirmar que o domínio da GT na cadeia de suprimentos de café cria fortes incentivos para discriminação de preços de rivais menores no mercado a jusante, limitando a concorrência e prejudicando o seu livre funcionamento.

72. Os impactos de tal fechamento seriam tremendos para a concorrência [OECD, 2008, p. 8], tais como: (i) o aumento dos custos dos concorrentes a jusante, restringindo de forma significativa a concorrência efetiva nesses mercados; (ii) a elevação das barreiras à entrada no mercado a jusante, pela pouca existência de incentivo e pelos elevados custos atrelados; e (iii) elevação de preços ao consumidor final.

73. Diante disso, ao contrário do entendimento proferido pela SG-TCADE [§ 49, p. 23], a respeito da inexistência de probabilidade de fechamento, desprovido de quaisquer fundamentos econômicos ou jurídicos, verifica-se que há **risco concreto de tal prática, sendo evidente a necessidade de que o E. Tribunal não adote o entendimento ora proferido pela SG-TCADE, reprovando a Operação.**

## V.2. Das trocas de informações concorrencialmente sensíveis

74. Além da possibilidade de fechamento de mercado, é válido, ainda, analisar outros efeitos não coordenados da Operação, tais como o acesso a informações concorrencialmente

sensíveis, pelas Requerentes, de rivais nos mercados *upstream* e *downstream* [OECD, 2008, p. 13]. Ou seja, trata-se da possibilidade que a GT passe a deter, por meio da aquisição da C@, informações sobre os seus concorrentes à montante (*i.e.*, os demais produtores e fornecedores de café).

75. Nesse contexto, informações concorrencialmente sensíveis são aquelas que versam sobre a atividade-fim dos concorrentes do mercado, podendo incluir dados sobre: (i) custos das empresas; (ii) nível de capacidade e planos de expansão; (iii) precificação dos produtos (preços e descontos); (iv) principais clientes e descontos assegurados; (v) estratégias competitivas etc. [CADE, 2015, p. 7].

76. Como afirmado pela própria SG-TCADE, no momento em que se inscreve na plataforma da C@, o produtor de café precisa conceder diversas informações, tais como: “(i) o volume comercializado; (ii) o tipo de produto; (iii) dados de origem, plantio, colheita e produção que influem sobre a qualidade dos produtos comercializados; e (iv) os preços praticados para cada produto, tanto dentro da plataforma, quanto em possíveis canais offline de distribuição de usuários comerciais” [SG, §67, p. 27].

77. Ora, a mera leitura do §67 do Parecer da SG-TCADE **elenc**a **exemplos de informações concorrencialmente sensíveis**, considerando que tais dados, fornecidos no cadastro da plataforma, não são públicos ou de fácil acesso. Pelo contrário, **são informações confidenciais, que tratam sobre a atividade-fim das empresas produtoras de café** – rivais das Requerentes no mercado a montante. Afirmar que tais dados não detém potencialidade de gerar efeitos negativos ao mercado, quando acessados por outros concorrentes, é ignorar o funcionamento e o racional econômico do mercado afetado.

78. Assim, ao adquirir a C@, a GT **passará a deter todas as informações contidas na plataforma**, o que lhe pode conceder vantagens em relação aos demais concorrentes e incentivos para adotar práticas anticompetitivas. A título de exemplo, em razão do conhecimento que a GT passará a ter sobre o preço fixado por seus concorrentes, poderá praticar preços predatórios. Ademais, ao ter acesso aos dados de volume, produção e qualidade dos produtos de seus concorrentes, a GT se torna apta a diminuir a rivalidade no mercado.

79. Adicionalmente, a plataforma elabora um quadro com o desempenho das empresas concorrentes, considerando o valor e o volume por elas vendidos dentro da plataforma [SG, §68, p. 27]. Para afastar as preocupações de acesso a tais dados, a SG-TCADE afirma que é vedado o acesso individualizado “do usuário comercial A ao faturamento do usuário comercial B” [SG, §71, p. 28]. Parece assim, ignorar o principal argumento realizado: o acesso de informações sensíveis dos demais concorrentes pela GT.

80. Não se suscita, aqui, uma preocupação sobre os usuários comerciais da plataforma acessarem as informações de outros usuários, mas **a preocupação inerente ao acesso de informação por parte da GT, que passa a ser proprietária da plataforma, tendo acesso livre e indiscriminado a todas as informações**, podendo utilizá-las de forma anticompetitiva.

### V.3. Das práticas de alavancagem

81. Neste tópico apresenta-se uma análise das práticas discriminatórias que podem resultar da Operação, se aprovada sem restrições. Nesse contexto, é importante pontuar que a natureza dinâmica dos mercados digitais e o elevado nível de inovação observado em segmentos da economia digital despertam a necessidade de uma análise não limitada aos métodos e teorias de dano tradicionais.

82. As práticas discriminatórias podem ocorrer de várias formas, inclusive por meio: (i) do estabelecimento da marca do grupo como sendo o principal vendedor [Khan, 2019, p. 988]; (ii) da colocação de posição privilegiada na página de resultados [Khan, 2019 p. 999]; (iii) ou pela imposição de termos desfavoráveis aos concorrentes [Khan, 2019, p. 1005 e 1006]. Assim, é válido pontuar como essas práticas poderiam ocorrer no caso da plataforma da C@.

83. Quanto ao item (i), observa-se que a combinação de fornecedor de café detentor de marca de alta reputação e a plataforma *online* de distribuição da C@, por meio da Operação, dificulta o acesso de agentes ao mercado, em médio e longo prazo e, conseqüentemente, o desenvolvimento da atividade. O domínio de dois elos da cadeia produtiva e distributiva incentiva o aumento do fluxo dentro da linha de negócio da GT e dificulta a entrada de outros fornecedores na dinâmica negocial, de modo que há incentivos claros para a criação de um sistema fechado e exclusivo [Forgioni, 2022, p. 292 e 293].

84. Nesse sentido, a dupla atuação da C@, como intermediária para os diferentes grupos de usuários e concorrente desses usuários, gera incentivos suficientes para a adoção de práticas discriminatórias e anticompetitivas, com o intuito de eliminar os fornecedores de café concorrentes, por meio da adoção de um sistema fechado. Conforme anteriormente demonstrado, a plataforma possui um conjunto de características (*e.g.*, elevados efeitos de rede, etc.) que reforçam seu poder no mercado de distribuição *online* e dificultam a migração dos consumidores para outras plataformas.

85. Apesar do que afirma a SG-TCADE [SG, §87, p. 32], acerca da ausência de incentivos para a C@ favorecer os produtos da GT, há nítido racional econômico para a adoção de estratégias de preferência, em favor dos produtos da GT, no cenário pós-Operação. Ainda que se argumente a não realização de práticas discriminatórias e a inexistência de racional

econômico, pois a plataforma precisa se manter atrativa para os usuários, fica indubitável que podem se utilizar dos efeitos de *winner-takes-all*. Em outras palavras, os consumidores e vendedores não irão se retirar da plataforma, ainda que observando práticas discriminatórias e abusivas, devido ao alto custo de troca e por ser indesejável o *multi-homing* [CADE, 2023, p. 16 e 17].

86. Em relação ao item (ii), ressalta-se que a conduta de *self-preferencing* é caracterizada pela concessão de tratamento preferencial aos produtos e serviços de uma empresa do mesmo grupo econômico em detrimento de outras entidades que utilizam a plataforma [OECD, 2021, p. 7]. A preocupação com esse fenômeno é intensificada em uma integração vertical quando esta ocorre no contexto de uma plataforma que serve como infraestrutura de intermediação relevante. Nesse contexto, tal prática se torna abusiva e a longo prazo, pode resultar na exclusão de produtos dos concorrentes e portanto, na alavancagem do poder de mercado da plataforma [OECD, 2021, p. 7 e p. 66].

87. A concretização dessa discriminação ocorre quando os produtos do fornecedor de mesmo grupo econômico são colocados em posição privilegiada no resultado das buscas realizadas pelos consumidores. É necessário pontuar que a ordem de exibição é definida pelos algoritmos, principalmente aqueles de seleção, responsáveis por determinar os produtos que serão exibidos e de que forma. Assim, a disposição na página de resultados é um fator **determinante** para a decisão de compra do consumidor [AdC, 2019, p. 69], uma vez que estes concentram o seu foco nas primeiras opções exibidas, sendo influenciados por tais resultados [AdC, 2019, p. 72]. No caso em análise, **após a aquisição do aplicativo da C@, a GT terá incentivos suficientes para direcionar os algoritmos da plataforma e priorizar seus produtos nos resultados das buscas.**

88. Por fim, no que tange o item (iii), nota-se que os canais de distribuição da C@ são imprescindíveis tanto para a sua atividade em Tupilândia quanto para a comercialização em plataforma de distribuição *online* de café. Constatada a posição de liderança da C@ nesse segmento, atualmente, não há concorrentes com a sua importância estratégica e relevância que sejam capazes de substituí-la. Assim, caso haja oferecimento de condições desvantajosas para os participantes da plataforma (como *já* ocorreu na promoção do “Dia dos Pais”, situação que será mais detalhada no tópico V), não há alternativas viáveis para os usuários da plataforma.

89. Assim, podemos afirmar que **a aprovação da Operação, sem restrições, concede à GT uma ferramenta importantíssima para o favorecimento dos seus produtos, que, por meio do uso dos algoritmos da C@, consegue fixar meio para discriminar e desfavorecer os**

demais concorrentes presentes na plataforma, dando prioridade aos seus produtos, aparentemente de forma sutil e quase imperceptível.

90. Portanto, ao combinar o interesse econômico e poder de mercado das Requerentes, há espaço para a adoção de práticas de alavancagem que resultam em uma série de danos ao mercado, como a redução da qualidade dos produtos e das possibilidades de escolha dos usuários. Além disso, a imposição de dificuldades à entrada de concorrentes nos mercados *downstream* e *upstream*, tanto para novas plataformas, quanto para pequenos distribuidores de café, há impactos diretos no ciclo de inovação do setor.

91. Nesse cenário, os produtores independentes ficam reféns de uma plataforma dominante para atingir o seu público-alvo e se sujeitam às práticas de alavancagem realizadas pela empresa detentora da plataforma, aumentando o risco de investimento dos negócios desses *players*. Como consequência, os produtores ficam menos propensos a obter financiamentos para desenvolver seus produtos [Khan, 2019, p.1007].

92. Ao aprovar a Operação, sem ao menos considerar, de forma aprofundada, esta teoria do dano, a SG-TCADE, com a devida vênia, agiu de forma totalmente negligente, ignorando que a GT possui infinitas razões para colocar em prática tais atos. **A análise rasa da SG-TCADE é um cheque em branco para que práticas discriminatórias ocorram no mercado de plataformas *online* de distribuição de café.**

#### **V.4. Dos efeitos anticompetitivos decorrentes da exploração de dados dos consumidores**

93. Em seu parecer, a SG-TCADE concluiu pela improbabilidade de uso privilegiado de dados [SG, §75, p. 29]. Todavia, a análise que toma tais conclusões, **não leva em conta a coleta de dados de consumidores**, considerando apenas os dados disponíveis sobre usuários comerciais [SG, §§ 68-69, p. 27].

94. O tratamento massivo de dados de consumidores permite a adoção de técnicas de economia comportamental, na qual são explorados os hábitos do consumidor, até mesmo irracionalidades específicas, possibilitando a criação de perfis de consumo do usuário, aprimorando sua experiência e mantendo-o na plataforma. Essa personalização pode gerar preocupações concorrenciais, a partir do momento em que a GT detém os dados de utilização do aplicativo dos usuários, podendo gerar cupons e as notificações personalizadas de seus produtos, se valendo desse recurso para aumentar sua participação dentro do aplicativo e solidificar a parcela já existente.

95. No direito da concorrência europeu, a coleta excessiva de dados por empresas dominantes pode ser considerada uma conduta exploratória comparável ou análoga a preços excessivos [Costa-Cabral; Lynskey, 2017]. Nesse sentido, a decisão da autoridade de concorrência alemã (*Bundeskartellamt*) no caso Facebook, reforçada posteriormente pelo Tribunal Federal de Justiça, é um notório exemplo de tal entendimento, que considera abuso de posição dominante **condicionar o uso da rede social à permissão de acumular ilimitadamente dados gerados pelo uso de sites de terceiros e misturá-los com os da conta do usuário.**

96. Em seu grau mais alto, a personalização pode afetar negativamente o consumidor. Em casos de sinergia suficientemente favorável, a GT pode utilizar da sua posição dominante e as informações coletadas na plataforma para personalizar também o excedente econômico de cada consumidor, **cobrando o preço máximo que cada consumidor é capaz de pagar** [Chen; Choe; Cong; Matsushima, 2020, p. 19]. Essa conjuntura revela-se como uma prática de preços predatórios personalizados dentro de um mercado digital, na qual a GT tem capacidade e incentivos suficientes para realizá-la, se a Operação for aprovada sem restrições.

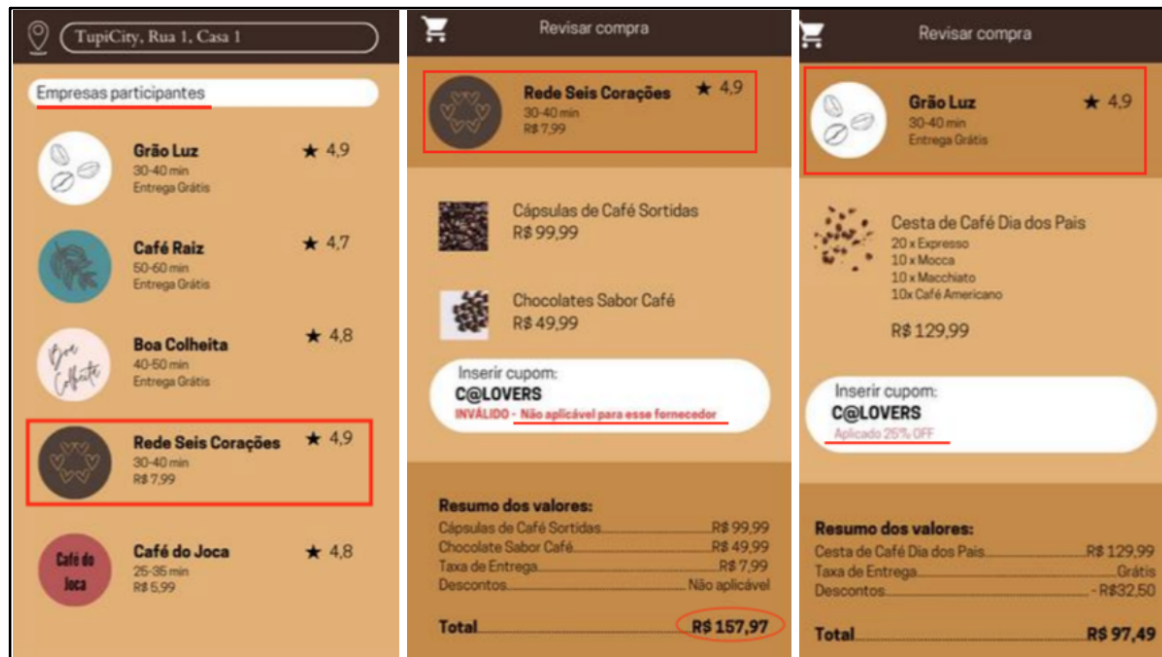
#### V.5. Da prática de *self-preferencing*

97. Conforme demonstrado, as Requerentes possuem capacidade e incentivos suficientes para adotar diversas práticas anticompetitivas no cenário pós-Operação, o que evidencia a necessidade de reprovar o presente Ato de Concentração. Dentre essas práticas, a principal é a prática de *self-preference*, recaindo ainda incisos I, II e IV e § 3º, incisos III, IV, X e XI do art. 36 da Lei nº 16.1773/2019.

98. Ao contrário da conclusão registrada pela SG-TCADE [SG, § 89, p. 32], o mosaico de ações da GT e da C@, **demonstra que a prática de *self-preference* já tem ocorrido**, uma vez que a plataforma concedeu “tratamento preferencial aos seus produtos em face de outros produtos e serviços de concorrentes, também usuários da plataforma” [ACCC, 2023, p.14].

99. O caso dos cupons no Dia dos Pais ilustra bem a referida prática, sendo possível aferir, por meio dos *prints* contidos no parecer da SG-TCADE [SG, Figuras 10-12, p. 25], que os cupons foram utilizados para favorecer os produtos da GT, visto que não eram aplicáveis aos produtos dos demais fornecedores.

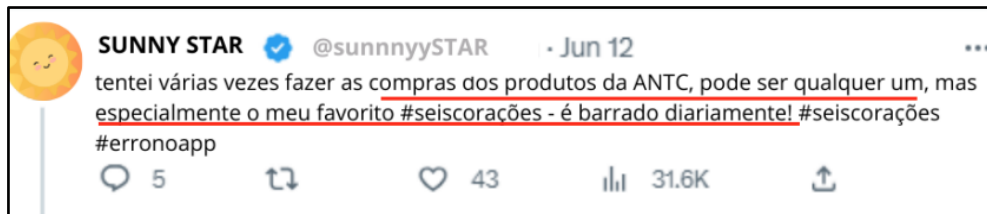
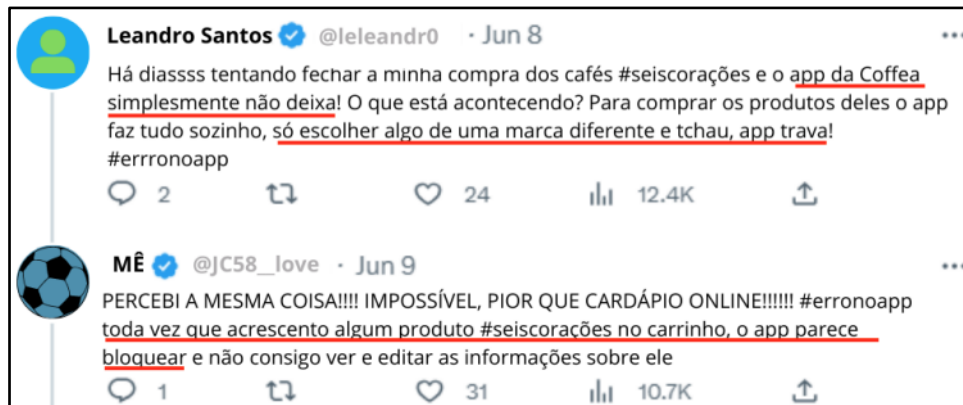
**Figura 1 | *Prints* da Plataforma | Evidências de *Self-Preferencing* (aplicação seletiva de cupons de desconto)**



100. Como se extrai do *print* acima, a Rede Seis Corações, apesar de constar como participante da promoção do “Dia dos Pais”, teve o uso do cupom restrito pela plataforma, na medida em que foi indicado como “não aplicável para esse fornecedor”. A despeito de preencher os requisitos para utilização do cupom (*i.e.*, o valor da compra era superior a R\$100,00 (cem reais) e o produto era de empresa participante do programa de desconto), o consumidor foi impossibilitado de utilizar o cupom para adquirir o produto da Rede Seis Corações, o que não ocorreu com os produtos da GT, conforme demonstra-se pelo *print* da compra na Grão Luz (marca da GT).

101. O ano da referida ação, 2020, marca o ponto de inflexão da participação da GT na plataforma, que passa da menor participação histórica para seu ápice, em 2021 e 2022, apresentando um aumento de, aproximadamente, 56,68% [SG, Tabela 8, p. 31]. Assim, fica claro que o crescimento da plataforma oferece incentivos para a GT priorizar os próprios produtos, alavancando sua participação no mercado digital de café de Tupilândia.

102. Ademais, **a recorrência de problemas relacionados apenas a produtos de fornecedores concorrentes à GT indica um funcionamento no mínimo suspeito da C@.** Observa-se que tal campanha não foi o único momento em que restou evidente a preferência da plataforma pelos produtos da GT. Diversos foram os relatos de consumidores que tiveram dificuldades para adquirir produtos diversos aos da GT, conforme ilustrado nas Figuras 2 e 3 abaixo:

**Figura 2 | Prints da Plataforma | Evidências de *Self-Preferencing* (relato de consumidor)****Figura 3 | Prints da Plataforma | Evidências de *Self-Preferencing* (relato de consumidor)**

103. Assim, resta evidente que, antes mesmo da conclusão da Operação, já se verifica uma recorrência de funcionamento **seletivo** na plataforma.

104. De forma contrária à conclusão da SG-TCADE [SG, § 87, p. 32], **o aumento do lucro da GT seria incentivo suficiente para a C@**, uma vez que, concluída a Operação, as empresas passam a ser o mesmo grupo econômico, podendo impulsionar a lucratividade de ambos os negócios por meio de estratégia de favorecimento, mantendo os concorrentes “controlados” no mercado digital.

105. Inclusive, **tal favorecimento não é prejudicial apenas para o concorrente direto, mas principalmente para o consumidor, que tem seu poder de escolha tolhido**, dado que os usuários tendem a considerar os primeiros resultados como determinantes para suas decisões de compra. Além disso, tal prática agrava-se na medida em que o usuário não tem a informação de que o resultado é obtido a partir de uma lógica diversa [EU, *Google Search*, 2017, p. 181].

106. Diante disso, resta inequívoca não apenas a existência de incentivos para a adoção de práticas de *self-preference*, as quais serão ainda mais recorrentes no cenário pós-Operação, como também de diversos efeitos deletérios aos consumidores e aos concorrentes das Requerentes. Em razão das peculiaridades do modelo de plataformas digitais, essas práticas têm elevado potencial de serem intensificadas após a conclusão da Operação.

#### V.6. Da prática de *gun jumping*

107. O *gun jumping* consiste na consumação de atos de concentração antes da decisão final da autoridade antitruste. Dentre as práticas que levam a caracterização da consumação prévia da operação, destacam-se três: (i) a troca de informações concorrencialmente sensíveis entre as partes da operação; (ii) envolvimento das partes em atividades conjuntas que configurem mesma gestão e (iii) definição de cláusulas contratuais antecipadamente [CADE, 2015, p. 5-9].

108. As referidas práticas são facilmente visualizadas na Operação em análise, seja pela campanha promocional no “Dia dos Pais”, que trouxe benefícios exclusivos para a GT em detrimento das outras companhias [SG, § 57, p. 24], seja pela integração de gestão, efetivada por meio do intercâmbio de diretores e da troca de informações concorrencialmente sensíveis entre as Requerentes, conforme ocorreu com o senhor Ricardo Antunes, um dos proprietários e fundadores da C@ que passou a ocupar o cargo de diretor logístico da GT.

109. Segundo o Parecer da SG-TCADE, o primeiro momento de visibilidade externa da aproximação entre GT e C@ ocorreu no “Dia dos Pais”, em 2020, sendo que o planejamento para tal ação precisaria ocorrer pelo menos 7 meses antes, em janeiro, onde seria possível inferir que se iniciou tal aproximação e ocorreu trocas de informações sensíveis. Uma vez compreendido o lapso temporal entre o planejamento das ações promocionais dentro do aplicativo e os efetivos resultados dentro do mercado, é fácil visualizar a forma como essa “parceria” levou à virada da participação da GT no aplicativo do percentual mais baixo em 2020 para o mais alto em 2022, momento em que, após estabelecida a liderança e a recuperação da GT, há uma alteração societária que premia parte dos sócios da C@ com participação dentro das atividades da GT.

110. Não se pretende por meio desse ponto exaurir todas as questões e provas acerca da existência da prática de *gun-jumping* no caso em análise, mas sim **ressaltar como a sua prática corrobora para a lógica de ganhos concretos já existentes**. Em síntese, a partir da troca de informações concorrencialmente sensíveis entre as Requerentes, houve um “*test-drive*” do potencial anticompetitivo de seus novos limites, ou da ausência deles no contexto da plataforma de distribuição *online* de café.

#### V.7. Da violação do meio ambiente

111. Em seu art. 170, a Constituição Federal Tupilandense versa que a ordem econômica deve ser regida conforme os ditames sociais, observando, assim, um conjunto de princípios considerados como alicerces da ordem econômica, entre eles: “a defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e

serviços e de seus processos de elaboração e prestação” (art. 170, VI). Vale ressaltar, ainda, que a Constituição, em seu art. 225, impõe “ao Poder Público e à coletividade” o dever de defender e preservar o meio ambiente.

112. Assim, é evidente “o papel da política de concorrência na promoção de crescimento sustentável e inclusivo” [UNCTAD, 2015, p. 4], de modo que a política de defesa da concorrência possui relação de complementaridade com as políticas públicas ambientais.

113. Nesse contexto, a função do TCADE como ente público é clara ao deparar-se com a situação exposta no Parecer da SG acerca dos riscos ao meio ambiente [SG, § 90, p. 33, Fig. 13]. Assim, deve-se obedecer ao ordenamento pátrio, por meio da aplicação dos princípios que regem a ordem econômica.

114. No mais, ignorar as preocupações ambientais, decorrentes das atividades das Requerentes, seria assegurar verdadeira vantagem competitiva a esses *players*, viabilizando um padrão de concorrência diverso dos demais, sob uma ótica contrária à visão do antitruste de que a concorrência incide sobre elementos mais amplos que ultrapassam as questões de preço [Salomão, 2021, p. 80].

## **VI. DA EQUIVOCADA APROVAÇÃO SEM RESTRIÇÕES DA OPERAÇÃO**

115. De acordo com os tópicos anteriores, resta claro o equívoco por parte da SG-TCADE, ao sugerir a aprovação incondicional da Operação, uma vez que estão evidentes os diversos efeitos anticompetitivos resultantes deste Ato de Concentração, bem como eventuais eficiências econômicas decorrentes da Operação não seriam suficientes para afastar os inúmeros prejuízos à concorrência no setor de café em Tupilândia. Em relação às eficiências, vale ressaltar que as Requerentes não foram capazes de demonstrar que a Operação gera ganhos específicos e que parte relevante desses benefícios seriam repassadas aos consumidores.

116. No caso em análise, os efeitos negativos à concorrência foram superiores aos alegados benefícios. Dentre esses efeitos anticompetitivos, foram demonstrados, especialmente: (i) o fechamento de mercado, facilmente visualizado através do fechamento a montante, resultante da prioridade concedida aos insumos da GT, e do fechamento a jusante, resultante de prioridade concedida a plataforma da C@; (ii) a troca de informações concorrencialmente sensíveis, originária da possibilidade da GT em ter acesso aos dados dos fornecedores cadastrados na plataforma da C@; (iii) a possibilidade de adoção de práticas de alavancagem, uma vez que a C@ possui plataforma com grande apelo público e comercial, que aliado ao poder de mercado e as características desta, permite a adoção de condutas discriminatórias contra demais *players*; e (iv) pelo *self-preference*, demonstrada por meio das estratégias de preferência, que

representam clara vantagem comercial dos produtos da GT sobre os produtos dos demais concorrentes.

117. Com base no exposto, a Operação enseja inúmeros prejuízos à concorrência e, por isso, deve ser reprovada por este E. Tribunal. Todavia, caso este entenda pela aprovação da Operação, a ANCT reforça que a esta não pode ser aprovada sem, ao menos, a adoção de remédios, a fim de evitar efeitos irreversíveis sobre as condições de concorrência em Tupilândia.

118. Como parte do conjunto de remédios sugeridos para a Operação, a ANCT entende que seriam cabíveis tanto remédios estruturais quanto comportamentais. A tabela abaixo resume os principais remédios aplicáveis à Operação, bem como principais danos anticompetitivos que pretendem mitigar:

**Tabela 1 | Remédios Aplicáveis à Operação**

Remédio	Descrição do Remédio	Teoria do Dano
<b>Remédios Comportamentais</b>		
<i>Chinese Walls</i>	Criação de barreiras físicas ou digitais dentro da C@, limitando o acesso de colaboradores e/ou funcionários da GT a documentos ou dados sensíveis de concorrentes que sejam provenientes da plataforma.	Troca de informações concorrentialmente sensíveis
<b>Obrigação de confidencialidade</b>	As Requerentes devem se comprometer, no prazo de 60 (sessenta) dias, a obter a assinatura de termo de compromisso de confidencialidade por todos os funcionários e prestadores de serviços das empresas, acerca dos conhecimentos e informações obtidas por intermédio de suas atribuições.	Troca de informações concorrentialmente sensíveis
<b>Obrigação de isonomia e não discriminação competitiva</b>	As obrigação de não discriminação competitiva e isonomia devem ser inseridas nos contratos e regulamentos internos das Requerentes.  Nesse contexto, a C@ deve comprometer-se a, em qualquer hipótese, não ofertar ou adotar prática comercial mais vantajosa a GT do que em relação a outras empresas.	<i>Self-Preferencing/</i> Alavancagem
<b>Obrigações de não exclusividade</b>	As Requerentes devem realizar auditorias, a fim de proibir a imposição de exclusividade nos canais de venda e revogar as cláusulas de exclusividade porventura celebradas entre produtores, vendedores, e a C@ no que tange a utilização da plataforma [ <i>Bayer Aktiengesellschaft e Monsanto Company; XP Investimentos e Itáu Unibanco</i> ].	Alavancagem
<b>Programa de</b>	Em até 240 dias, as Requerentes devem implementar	Troca de informações

<i>compliance</i>	programa de <i>compliance</i> , incluindo: (i) a indicação de um gerente para coordenar o programa; (ii) a elaboração e divulgação de uma Política de Conformidade Antitruste e um Manual de Boas Práticas em matéria concorrencial; (iii) a realização de treinamento de conformidade antitruste, a respeito de como a legislação concorrencial brasileira incide sobre as atividades das empresas; e (iv) a disponibilização de um canal de <i>compliance</i> antitruste, por meio do qual os colaboradores das Requerentes poderão fornecer denúncias de práticas anticompetitivas [ <i>Grepar Participações Ltda e Petrobras Brasileiro S.A.</i> ]	concorrencialmente sensíveis
<b>Remédios Estruturais</b>		
<b>Desinvestimento</b>	Desinvestimento de uma das três marcas de cafés detidas pela GT ( <i>i.e.</i> , Café Raiz, Grão Luz e Boa Colheita).	Fechamento de mercado
<b>Data silos (repositórios de dados)</b>	Os dados provenientes da Plataforma da C@, devem ser armazenados em espaço virtual separado, contando com sistema de segurança, para que em casos de acesso não autorizado o <i>trustee</i> de monitoramento seja informado [EU, <i>Google fitbit</i> , 2020, p. 189].	Troca de informações concorrencialmente sensíveis

119. Adicionalmente, conforme a tendência observada em casos similares julgados por autoridades antitrustes estrangeiras, como o CADE no caso ClickBus/J3, a ANCT entende que as Requerentes deveriam indicar *trustee* de monitoramento, a ser aprovado por este TCADE, para que sejam inspecionados não apenas o cumprimento dos remédios, mas também o gerenciamento das operações até a incorporação efetiva. Nesse contexto, ressalta-se a importância de que o *trustee* seja independente das Requerentes e de quaisquer empresas que integram seus respectivos grupos econômicos, a fim de evitar quaisquer conflitos de interesse no exercício de suas atribuições.

## VII. CONCLUSÃO E PEDIDOS

120. Como visto, a Operação proposta eleva de maneira significativa os riscos de fechamento de mercado e os incentivos para a adoção de práticas anticompetitivas, trazendo impactos **significativos e irreversíveis** ao ambiente competitivo em Tupilândia. Nesse contexto, as eficiências alegadas pelas Requerentes foram incapazes de superar os inúmeros danos anticompetitivos identificados.

121. Portanto, diante do cenário descrito acima, na qualidade de terceira interessada devidamente habilitada nos autos, a ANTC requer:

- a. a reforma da decisão de aprovação sem restrições proferida pela SG-TCADE, com a conseqüente reprovação **do presente Ato de Concentração, nos termos do art. 88, § 5º da Lei Tupilandense n.º 16.773/2019**, uma vez demonstrados os diversos efeitos anticompetitivos decorrentes da Operação; ou
- b. subsidiariamente, a aplicação de remédios para mitigar os inúmeros efeitos deletérios originários da Operação.

Nesses termos, pede deferimento  
Tupilândia, 01 de setembro de 2023.

**EQUIPE n.º 117**  
**Pela ANCT**