



Conglomerado pode gerar economia, diz chefe do “Cade dos EUA”

O papel de uma autoridade concorrencial não é regular ou modificar mercados de forma automática, mas sim saber os momentos nos quais a intervenção é necessária. Além disso, na economia moderna, a formação de grandes conglomerados pode trazer benefícios aos consumidores e é necessário identificar estas situações. A tese é de Edith Ramirez, presidente da Federal Trade Commission (FTC), órgão dos Estados Unidos equivalente ao brasileiro Conselho Administrativo de Defesa Econômica.

Em discurso em um congresso de Direito Concorrencial feito na Georgetown University no dia 20 de setembro, Edith argumentou que grandes conglomerados podem gerar eficiências importantes que se traduzem em maior bem-estar para o consumidor, como economia de escala.

Porém, ressalta que o FTC deve estar atento para diferenciar concentrações danosas daquelas benéficas, intervindo apenas no primeiro caso. Ela rejeita generalizações e defende o exame cuidadoso de cada mercado e caso em concreto para identificar as situações em que maior concentração pode ser positiva.

“Embora seja inquestionável que estamos comprometidos com uma aplicação robusta do direito antitruste, nosso papel é necessariamente limitado. Em primeiro lugar e principalmente, somos aplicadores da lei, não reguladores. Nosso trabalho não é transformar mercados; devemos aceitá-los como eles são. Também não temos autoridade direta sobre preços. Altos preços não relacionados a comportamento anticompetitivo não violam a legislação antitruste. Tampouco viola o direito antitruste a elevação de preços resultante de inadequações de abastecimento ou outras perturbações naturais dos mercados. Nós agimos apenas quando o próprio processo competitivo é atingido ou ameaçado por colusões ou outras condutas anticompetitivas”, disse Edith.

Ramirez cita a investigação do mecanismo de busca do Google como exemplo de situação na qual foi melhor não interferir. Após análise das alterações nas páginas de busca do Google, a FTC concluiu que a conduta era legal, pois consistia em inovação para melhorar o produto e beneficiar os consumidores: “As evidências demonstraram que a conduta do Google visava a melhorar a qualidade geral do seu produto de busca. Embora alguns concorrentes possam ter sido afetados devido a essas mudanças, concluímos que isso resultou da concorrência no mérito”.

Clique [aqui](#) para ler o discurso traduzido para o português.

Date Created

02/10/2016