

Ecosistemas digitais e o antitruste



Guilherme Resende
economista-chefe do Cade

Os ecossistemas digitais têm sido tratados em várias áreas, seja quando se

examina o desenvolvimento de novos negócios e seu processo de inovação, na proteção de dados em plataforma digitais, bem como no antitruste. O termo "ecossistemas digitais" é frequentemente utilizado no antitruste para caracterizar mercados cada vez mais complexos, dinâmicos e interligados. Segundo Petit e Teece (2020), os ecossistemas são uma forma comum de organização empresarial na economia digital. Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft — ou simplesmente Gafam — são nomes de ecossistemas digitais bem familiares aos nossos ouvidos.

Um fato que deve trazer mais discussões sobre esses ecossistemas é a recente indicação pelo governo Biden, para presidir a *Federal Trade Commission* (FTC, a autoridade antitruste americana), de Lina Khan, que é uma fervorosa crítica das *Big Techs* e defende uma atuação mais rigorosa das autoridades antitruste. Em 2017, Khan, ainda estudante, escreveu um artigo intitulado "[Amazon's Antitrust Paradox \[1\]](#)", em que argumentou que o foco antitruste tradicional nos preços era inadequado para identificar os danos concorrenciais causados pela Amazon. Assim, o presente artigo busca, de maneira sucinta, explicar conceitos fundamentais sobre o tema e evidenciar as complexidades e alguns desafios da análise antitruste nesses ecossistemas digitais que permeiam cada vez mais nossa economia real.

Petit e Teece (2020) definem que ecossistemas são redes de negócios que trabalham em conjunto para criar ou capturar valor. Por sua vez, Jacobides et al. (2020) pontuam que o conceito de ecossistema tende a ser usado de duas maneiras distintas na esfera digital e fazem uma diferenciação entre ecossistemas com múltiplos atores e com múltiplos produtos. Ecossistemas de múltiplos atores são uma comunidade de partes independentes. Ou seja, em termos econômicos, isso poderia se aplicar a qualquer situação em que haja "criação de valor conjunto", de modo que as empresas efetivamente trabalhem juntas para criar valor que nenhuma empresa poderia criar sozinha (Fletcher, 2020). Essa definição se relaciona com a literatura de plataformas digitais — também cunhadas de plataformas de múltiplos lados[2] —, que são basicamente ecossistemas de múltiplos atores, pois criam valor ao permitir que as comunidades de atores se engajem de alguma forma por meio da plataforma.

Por sua vez, ecossistemas multiprodutos, no contexto digital, referem-se ao conjunto de produtos e/ou serviços oferecidos por uma única organização empresarial, existindo normalmente ligações econômicas entre esses produtos e serviços. Fletcher (2020) explica que, do lado da demanda, eles podem ser substitutos (como Facebook Messenger e Whatsapp), complementares (como dispositivos Apple e iCloud) ou mesmo inseparáveis (como Android e Google Play). Também pode haver sinergias importantes do lado da oferta, como economias de escala e de escopo. Tal definição é geralmente aplicável às maiores empresas digitais, como as do Gafam (Fletcher, 2020). O ecossistema do Google, por exemplo, inclui diversos produtos/serviços como o Android, Google Pesquisa, Chrome, Google Docs, Google Play, Google Drive, Google Tradutor, Gmail, Google Mapas, Google Shopping, Google Home e YouTube.

Em fevereiro de 2021, no evento intitulado "*Competition Economics of Digital Ecosystems*", a OCDE ouviu *experts* sobre o assunto[3]. Em resumo, a OCDE (2021) pontua que a concorrência na economia digital é cada vez mais uma competição entre ecossistemas[4]. Bourreau (2020) observa que também ocorre a concorrência dentro dos ecossistemas, em que as empresas que oferecem multiprodutos em seus ecossistemas enfrentam a concorrência de empresas especializadas[5]. De fato, pode-se afirmar que as empresas digitais de maior sucesso nos últimos anos têm construído seu modelo de negócios por meio de grandes ecossistemas de produtos e serviços complementares em torno de seu negócio principal.

Segundo a OCDE (2021), a integração de uma ampla gama de produtos e serviços pode proporcionar eficiências econômicas que, potencialmente, reduzam os preços e, também, podem melhorar a experiência dos consumidores ao oferecer sinergias do lado da demanda que propiciam uma maior variedade e opções de serviços e produtos. No entanto, a própria OCDE (2021) ressalta que podem existir preocupações concorrenciais em relação aos ecossistemas digitais. Nesse sentido, Fletcher (2020) argumenta que tal ambiente pode criar resultados negativos para os consumidores, especialmente se os enormes benefícios de ser um participante do ecossistema criam barreiras à entrada que limitam futuras inovações disruptivas ou, de outra forma, reduzem os incentivos à inovação das empresas estabelecidas.

Esses incentivos à inovação dentro dos ecossistemas digitais têm sido foco de debates na análise concorrencial. Letina et al. (2020) argumentam que a expectativa de aquisição por uma incumbente pode ser um dos principais motivadores para a criação de *startups*, motivando a inovação. Esse debate relaciona-se com a aquisição de concorrentes nascentes, concorrentes potenciais ou a ocorrência de "*killer acquisitions*", sendo essa terceira, uma teoria de dano concorrencial mais específica entre as categorias de aquisições.

Vale ressaltar que na literatura existe uma gama de definições para esses termos[6]. O relatório da OCDE (2020a) intitulado "*Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control*" esclarece que os três conceitos ditos no parágrafo anterior são caracterizados pela aquisição de empresas jovens, i.e., que estão em estágios iniciais de desenvolvimento. Sendo que a aquisição de um concorrente nascente ocorre quando os produtos ou serviços estão nos mercados da empresa compradora (portanto, tem natureza horizontal). Entretanto, os produtos ou serviços ainda são embrionários e não serão necessariamente descontinuados, visto que a preocupação da empresa compradora é que o produto adquirido possa se transformar em um produto rival e, portanto, controlar esse produto (mas não o eliminar) remove a ameaça competitiva que ele representa.

Por sua vez, a aquisição de concorrente potencial ocorre quando a empresa adquirida atua com produtos complementares ou em mercados adjacentes, mas poderia usar tal posição para entrar em concorrência direta no mercado da incumbente. Nesse sentido, a teoria da eliminação de concorrência potencial seria menos específica, visto que exigiria apenas a ameaça de rivalidade.

Por fim, a característica definidora da teoria de "*killer acquisitions*" é que as preocupações são de natureza horizontal semelhante à concorrência nascente, mas o desenvolvimento do produto adquirido é encerrado. Nesse caso, não é apenas a concorrência que é eliminada, mas também o produto ou serviço em si (OCDE, 2020a)[7].

Estudos recentes têm mostrado que as empresas do Gafam são muito ativas no campo das aquisições, especialmente de *startups* jovens e inovadoras. Em uma dissertação de mestrado que tive o prazer de orientar, Lemos (2021) analisou todas as 476 aquisições realizadas pelas empresas do Gafam entre 2009 e 2018, levando em conta, por exemplo, a idade das empresas adquiridas, suas principais atividades e se foram encerradas após a aquisição[8]. Segundo o referido estudo, a maioria das aquisições não teve um elemento horizontal claro, indicando que as empresas do Gafam adquirem, em muitos casos, apenas insumos, talentos ou produtos complementares aos seus próprios, sendo, provavelmente, aquisições verticais. Nesse ponto, é importante lembrar que a saída de *startups* do mercado também pode promover a eficiência dinâmica na medida em que uma aquisição de alto valor recompensa um empreendedor por uma inovação bem-sucedida (OCDE, 2020b)

Nesse mesmo sentido, Sokol (2018) afirma que as fusões verticais têm maior probabilidade de produzir eficiências e menos probabilidade de levantar problemas concorrenciais do que as fusões horizontais. Portanto, de acordo com o referido autor, ao contrário das fusões horizontais, as fusões verticais geralmente criam os benefícios da integração vertical e não eliminam um concorrente efetivo. Entretanto, como já salientado anteriormente, a complexidade e dinamicidade dos ecossistemas digitais tornam a análise concorrencial mais difícil, aumentando o seu grau de incerteza, principalmente na identificação de aquisições que visem à eliminação de concorrentes potenciais que estão em mercados adjacentes.

Por sua vez, o estudo de Lemos (2021) identificou apenas 12 casos de aquisições de concorrentes nascentes (ou 2,5%) e outras 14 aquisições que poderiam ser consideradas *killer acquisitions* (ou 3%), isto é, um total de 26 (ou 5,5%) aquisições relevantes dentre as 476 investigadas. Vale ressaltar que mesmo entre as aquisições de *startups* com menos de 6 anos completos, a representatividade de aquisições de concorrente nascente ou *killer acquisitions* foi de apenas 8,6%. Esses percentuais de aquisições de concorrentes nascentes e *killer acquisitions*, dentre as aquisições realizadas por empresas do Gafam, demonstram que tais tipos de operações ocorrem com uma frequência menor do que uma análise mais superficial poderia admitir. Interessante observar que a proporção é bem similar à encontrada em estudos envolvendo mercados mais tradicionais, como o farmacêutico. Nesse mercado, Cunningham et al. (2021) demonstraram que cerca de 6% das aquisições realizadas, entre 1989 e 2010, se enquadrariam no conceito de *killer acquisitions*.

Ademais, conforme enfatizado por Lemos (2021), não se pode perder de vista que o controle repressivo de condutas pode permanecer sendo mais adequado para lidar com os mercados digitais do que o enrijecimento do controle prévio de concentrações, tendo em vista que, em muitos casos, as preocupações podem recair não sobre a aquisição de concorrentes diretos, mas sim sobre possíveis condutas anticompetitivas posteriores, envolvendo fechamento de mercado, discriminação, criação de barreiras ao funcionamento de concorrentes, entre outras. Ademais, Fletcher (2020) destaca a importância e as complexidades de avaliar condutas anticompetitivas em ecossistemas digitais, sendo que o principal desafio para o antitruste será como intervir e como melhor justificar qualquer intervenção, visto que a literatura econômica ainda é relativamente incipiente. Na verdade, ela sugere que as preocupações com a concorrência em relação aos ecossistemas digitais seriam mais bem tratadas por meio de uma regulação digital *ex ante*. E a Europa já se move nessa direção^[9].

Portanto, dentro dos muitos desafios da defesa da concorrência, um dos mais relevantes é como incorporar as complexidades trazidas pelos ecossistemas digitais na análise antitruste. Como podem perceber, os debates teóricos e empíricos no antitruste sobre ecossistemas digitais devem se intensificar nos próximos anos.

Referências bibliográficas

Argentesi, E.; Buccirosi, P.; Calvano E.; Duso T.; Marrazzo, A.; Nava, S. (2019) Ex-post Assessment of Merger Control Decisions in Digital Markets. Final Report: Document prepared by Lear for the Competition and Markets Authority.

Bourreau, M. (2020) Some Economics of Digital Ecosystems. Hearing on Competition Economics of Digital Ecosystems, OECD.

Cunningham, C.; Ederer, F.; Ma, S. (2021) Killer Acquisitions. *Journal of Political Economy*, Vol. 129, No. 3, p. 649–702.

Fletcher, A. (2020) Digital competition policy: Are ecosystems different? Hearing on Competition Economics of Digital Ecosystems, OECD.

Franck, J.; Peitz, M. (2019) Market Definition and Market Power in the Platform Economy, CERRE.

Gautier, A.; Lamesch, J. (2020) Mergers in the Digital Economy. Cesifo Working Paper No. 8056.

Jacobides, M. G., C. Cennamo and A. Gawer (2020) Distinguishing between Platforms and Ecosystems: Complementarities, Value Creation, and Coordination Mechanisms (working paper).

Letina, I.; Schmutzler, A.; Seibel, R. (2020) Killer Acquisitions and Beyond: Policy Effects on Innovation Strategies. University of Zurich, Department of Economics, Working Paper No. 358.

Lemos, Thales de M. (2021) Aquisição de concorrentes nascentes ou killer acquisitions em mercados digitais: uma análise de uma década de aquisições pelas bigtechs. Dissertação de Mestrado Profissional em Economia, Políticas Públicas e Desenvolvimento. Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP).

Motta, M.; Peitz, M. (2020) Big Tech Mergers. Discussion Paper No. 147. Discussion Paper Series – CRC TR 224.

OCDE (2000a). Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control – Background Note by the Secretariat.

OCDE (2000b). Merger control in Dynamic Market.

OCDE (2021) Competition issues in digital ecosystems. Disponível em:
<https://www.oecd.org/daf/competition/competition-economics-of-digital-ecosystems.htm>

Petit, N.; Teece, D. J. (2020) Taking Ecosystems Competition Seriously in the Digital Economy. Hearing on Competition Economics of Digital Ecosystems, OECD.

Rochet, J.; Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets, *Journal of the European Economic Association* 1, 990–1024.

Sokol, D. (2018) Vertical Mergers and Entrepreneurial Exit. *Florida Law Review*, Vol. 70.

[1] Disponível em: <https://www.yalelawjournal.org/note/amazons-antitrust-paradox>.

[2] Ver, por exemplo, Franck e Peitz (2019) e Rochet e Tirole (2003).

[3] 2021 Virtual OECD Competition Open Day – Competition issues in digital ecosystems. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5xH5owt-7Xw&list=PLyBGvyEYBNlp1adgRxEZ8VS5yE0aK4nm_&index=2.

[4] Fletcher (2020) também observa que existe uma concorrência vigorosa em mercados oligopolísticos (i.e., com poucos players) e, certamente, isso ocorre entre as grandes empresas de tecnologia (incluindo as da China) em áreas mais novas, como realidade virtual e assistentes digitais.

[5] Por exemplo, o Facebook enfrenta a concorrência do Twitter no mercado de redes sociais, a Apple concorre com fabricantes de dispositivos nos mercados de smartphones ou laptops, como Samsung ou Lenovo, e a Amazon tem vários rivais no comércio eletrônico.

[6] Ver, por exemplo, Cunningham et al. (2021), Gautier e Lamesch (2020), OCDE (2020a), Argentesi et al. (2019) e Motta e Peitz (2020).

[7] Essa distinção nem sempre é seguida e, portanto, o conceito tem sido aplicado vagamente a muitas aquisições nas quais se considera que a concorrência foi eliminada ao invés do próprio produto (OCDE, 2020a).

[8] “[O] período de uma década permite analisar um volume relevante de operações, além de ampliar as bases de dados coletadas em outros estudos, como o de ARGENTESI et. al (2019), que listou as aquisições realizadas entre 2008 e 2018, mas apenas por Amazon, Google e Facebook, e o de GAUTIER e LAMESCH (2020), que analisou aquisições por todas as empresas do GAFAM, mas apenas entre 2015 e 2017” (Lemos, 2021).

[9] Ver a proposta do “*Digital Markets Act*”. Disponível em: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en.

Date Created

09/07/2021