

## Governo dos EUA processa Amazon por manter monopólio

A Comissão Federal de Comércio (FTC — Federal Trade Commission) e mais procuradores-gerais de 17 estados dos EUA moveram uma ação em um tribunal federal no estado de Washington, na qual alegam que a Amazon.com, Inc. mantém ilegalmente um monopólio, que bloqueia a competição, explora as empresas que a usam para vender seus produtos e prejudica os consumidores.



A [petição de 172 páginas](#) descreve as "estratégias

anticompetitivas e desleais interligadas, que a empresa de varejo online e de tecnologia usa para manter seu poder de monopólio", em violação a leis federais e estaduais que protegem a concorrência e os consumidores. A petição cita a **Section 5(a) of the FTC Act**, que proíbe, inter alia, métodos injustos de competição, que incluem qualquer conduta que viole a Sherman Antitrust Act ou a Clayton Act; a **5 U.S.C. § 45(a)**, que declara ilegais métodos desleais de concorrência ou que afetem o comércio e atos ou práticas desleais ou enganosas ou que afetem o comércio; e a **Section 2 of the Sherman Act – 15 U.S.C. § 2**, que declara que qualquer pessoa, que monopolizar ou tentar monopolizar ou combinar ou conspirar com qualquer outra pessoa ou pessoas, para monopolizar qualquer parte do comércio ou comércio entre os vários Estados ou com nações estrangeiras, será considerada culpada de um crime e, mediante condenação, será punido com multa não superior a US\$ 100.000.000, se for uma empresa, ou, se for qualquer outra pessoa, US\$ 1.000.000 ou com prisão não superior a 10 anos, ou por ambas as punições, a critério do tribunal.

A FTC e os procuradores-gerais dos 17 estados alegam que a conduta anticompetitiva e anticoncorrencial da Amazon ocorre em dois mercados: o mercado de superlojas online que serve compradores; e o mercado de serviços de marketplace online, que uma infinidade de empresas usa para vender seus produtos.

### Justificativas da ação

Segundo a petição inicial e um [comunicado da FTC](#), os petionários alegam que a Amazon adota medidas que impedem os vendedores de oferecer seus produtos por preços mais baixos em outras lojas online, o que resulta em preços mais altos dos produtos em toda a internet. Por exemplo, se a Amazon descobre que um vendedor está oferecendo seus produtos com descontos em outro site, ela pode "esconder" as ofertas dessa empresa nos resultados de busca de uma forma que elas ficam praticamente invisíveis.

A empresa também é acusada de condicionar a capacidade das empresas vendedoras de qualificar seus



produtos para os serviços "Prime" — uma necessidade virtual para fazer negócios na Amazon — apenas às empresas que usam o caro serviço de atendimento da Amazon, o que tornou substancialmente mais caro para os vendedores na Amazon também oferecer seus produtos em outras plataformas. Esta coerção ilegal, por sua vez, limitou a capacidade dos concorrentes de competir eficazmente contra a Amazon.

A conduta ilegal e anticoncorrencial da Amazon, seguem os peticionários, torna impossível que os concorrentes ganhem uma boa posição no mercado. Com seu poder acumulado tanto no mercado de superlojas online como no mercado de serviços de marketplace online, a Amazon extrai enormes rendas do monopólio, à custa dos demais interessados.

Isso inclui degradar a experiência do cliente, substituindo resultados de pesquisa orgânicos relevantes por anúncios pagos — e aumentando deliberadamente os anúncios "lixo", que pioram a qualidade da pesquisa, o que frustra tanto os compradores como os vendedores, aos quais é prometido um retorno sobre a compra de publicidade.

Também inclui dar prioridade aos próprios produtos da Amazon nos resultados, em detrimento dos produtos dos vendedores terceirizados, que a Amazon sabe que são de melhor qualidade.

Os demandantes também alegam que o lucrativo negócio de anúncios da Amazon força as empresas terceirizadas a pagar por palavras-chaves ou melhor posicionamento do produto nos resultados das buscas, uma tática que muitos vendedores consideram necessária para serem bem-sucedidos no site. (O jornal Washington Post, cujo dono é o fundador e ex-CEO da Amazon, Jeff Bezos, afirmou em recente reportagem que esses anúncios podem ser enganosos, porque é difícil diferenciar um resultado que traz um bom produto do que é "pay-to-play".)

Os resultados de pesquisa da Amazon estão “entupidos” de anúncios e, em dispositivos móveis, geralmente são os únicos resultados que os compradores podem ver sem rolar a tela para baixo.

A empresa ainda é acusada de cobrar taxas caras de centenas de milhares de vendedores, que atualmente não têm outra escolha a não ser a de depender da Amazon para manter seus negócios. Essas taxas variam de uma taxa mensal que os vendedores devem pagar por item vendido a taxas de publicidade que se tornaram virtualmente necessárias para os vendedores fazerem negócios.

Combinadas, todas essas taxas e pagamentos extras forçam muitos vendedores a pagar quase 50% de suas receitas totais à Amazon. Ou seja, a cada dois dólares em venda, a Amazon fica com um — o que a presidente da FTC define como "imposto de 50% da Amazon". Obviamente, esse custo é repassado ao consumidor, aumentando os preços de todos os produtos vendidos online.

A petição alega que a Amazon viola a lei não porque é grande, mas porque se envolve em uma conduta anticoncorrencial, que impede o crescimento dos concorrentes atuais e o surgimento de novos concorrentes.

Ao sufocar a concorrência em termos de preço, seleção de produtos e qualidade e ao impedir que os seus rivais atuais ou futuros atraiam uma massa crítica de compradores e vendedores, a Amazon garante que



---

nenhuma concorrente atual ou futura poderá ameaçar seu domínio.

Os esquemas de longo alcance da Amazon impactam centenas de milhões de dólares em vendas a varejo todos os anos, afetam centenas de milhares de produtos vendidos por grandes e pequenas empresas e afetam mais de cem milhões de compradores.

### **Pedidos ao juiz**

A FTC afirma que o governo dos EUA só move uma ação — e há duas outras em andamento, uma contra a Google e outra contra a Meta (Facebook) — quando “há razão para acreditar que a lei foi ou está sendo violada e parece que o procedimento é de interesse público”.

Na ação contra a Amazon, a FTC e os procuradores-gerais dos estados fazem os seguintes pedidos a juiz:

1. Uma ordem judicial do tribunal federal, que proíba a Amazon de se envolver em conduta ilegal e que relaxe seu controle monopolista para restaurar a concorrência;
2. Uma declaração de que a Amazon viola dispositivos da FTC Act e da Sherman Act, bem como leis estaduais de proteção à concorrência e ao consumidor;
3. Uma medida equitativa por liminar ou ordem judicial, incluindo, entre outras, medidas estruturais, necessárias para reparar e impedir a recorrência das violações da lei por parte da Amazon, conforme alegado na petição inicial;
4. Uma medida equitativa por liminar ou ordem judicial, incluindo, entre outras, uma medida estrutural, necessária para restaurar a concorrência leal e remediar os danos à concorrência causados pelas violações da lei por parte da Amazon;
5. Que o tribunal conceda aos estados peticionários alívio monetário equitativo de acordo com toda a lei aplicável;
6. Que o tribunal mande a Amazon pagar aos estados peticionários os custos do processo, incluindo todas as taxas e custos disponíveis;
7. Que o tribunal conceda qualquer reparação adicional que considerar justa e adequada.

### **Declaração da Amazon**

O vice-presidente para política pública global e diretor jurídico da Amazon, David Zapolsky, disse ao Washington Post que "a ação está errada nos fatos e na lei". E acrescentou:

"Se a FTC conseguir o que quer, o resultado será menos produtos para escolher, preços mais altos, entregas mais lentas para os consumidores e opções reduzidas para pequenas empresas — o oposto do que a lei antitruste foi projetada para fazer."

### **Meta Fields**