



“Ultrapassar a crise: o papel da concorrência”

António Ferreira Gomes
Presidente da Autoridade da Concorrência
Coimbra, 17 de janeiro de 2014

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

Concorrência: conceito



A **concorrência** é “um mecanismo básico de funcionamento da economia de mercado [...] em que cada empresa decide autonomamente das suas concorrentes as variáveis sob o seu controlo, tais como preços, quantidade, investimentos, mercados geográficos e de clientes, atividades de *marketing*, de forma a maximizar o lucro dessa mesma empresa.”

Abel Mateus (2006)

A **liberdade de concorrer** resulta da ausência de obstáculos que impeçam as empresas de entrar, permanecer ou participar nos mercados que escolham para comprar ou vender bens ou serviços aos preços que escolham. Esta liberdade garante a existência de um mercado livre onde empresas e consumidores podem entrar e sair sem constrangimentos.

Para as empresas

Uma empresa que concorre num mercado livre procura, com vista à maximização dos seus lucros, reduzir custos, baixar os preços, melhorar a qualidade dos bens ou serviços que oferece, inovar, progredir tecnicamente e expandir a sua atividade.

O esforço exigido pela concorrência gera:

- maior produtividade
- maior eficiência económica
- ganhos financeiros.

Para os consumidores

- A concorrência no mercado gera preços mais baixos, melhor qualidade nos bens e serviços e inovação técnica, o que maximiza o bem estar dos consumidores.

Para a economia em geral

- A concorrência gera um aumento de eficiência das empresas, permitindo a entrada de novas empresas eficientes e afastando as empresas menos eficientes.

Concorrência: benefícios



- Em termos gerais, a concorrência promove eficiência, produtividade e crescimento económico.
- Um correto funcionamento da concorrência é benéfico para os consumidores, as empresas e a economia como um todo.
- Comportamentos ou regulamentação anticoncorrenciais são prejudiciais para as empresas que atuam no mercado, para os consumidores e para a economia em geral. São particularmente danosos para o crescimento económico.

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
- 2. Proteção da concorrência**
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

Objetivos

Com a tutela da concorrência visa proteger-se:

- A liberdade económica das empresas;
- O bem estar dos consumidores;
- A economia em geral.

Objetivos do direito da concorrência da União Europeia:

- Proteção da liberdade económica;
- Integração dos mercados;
- Promoção da eficiência.

Concretização

A proteção da concorrência é concretizada através:

- Da definição e execução de **políticas** de promoção da concorrência;
- Da consagração e aplicação de um **regime jurídico da concorrência**;
- Da criação de **entidades reguladoras independentes** incumbidas de garantir a promoção e defesa da concorrência.

Resultados

Da ação conjugada dos mecanismos de proteção da concorrência resulta:

- Maior inovação;
- Maior crescimento económico;
- Bem estar dos consumidores.

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
- 3. A Autoridade da Concorrência**
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

- **Regime Jurídico da Concorrência (RJC)** – aprovado pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio
- **Estatutos da Autoridade da Concorrência** – aprovados pelo Decreto-Lei n.º 18/2003, de 18 de janeiro
- **Legislação da União Europeia** aplicável à proteção da concorrência, em especial:
 - i) Artigos 101.º ss do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE);
 - ii) Reg. N.º 1/2003 (práticas restritivas da concorrência);
 - iii) Reg. N.º 139/2004 (controlo de concentrações de empresas).

Missão

- A AdC tem como missão assegurar “*o respeito pelas regras de promoção e defesa da concorrência*” (artigo 5.^º, n.^º 1 do RJC - aprovado pela Lei n.^º 19/2012, de 8 de maio).
- Cabe-lhe “*assegurar a aplicação das regras de concorrência em Portugal, no respeito pelo princípio da economia de mercado e de livre concorrência, tendo em vista o funcionamento eficiente dos mercados, a repartição eficaz dos recursos e os interesses dos consumidores*” (artigo 1.^º, n.^º 2 dos Estatutos - aprovados pelo Decreto-Lei n.^º 18/2003, de 18 de janeiro).

Poderes

Para o desempenho da sua missão, a AdC dispõe de poderes:

- Sancionatórios
- De supervisão
- De regulamentação

(artigo 7.º dos Estatutos).

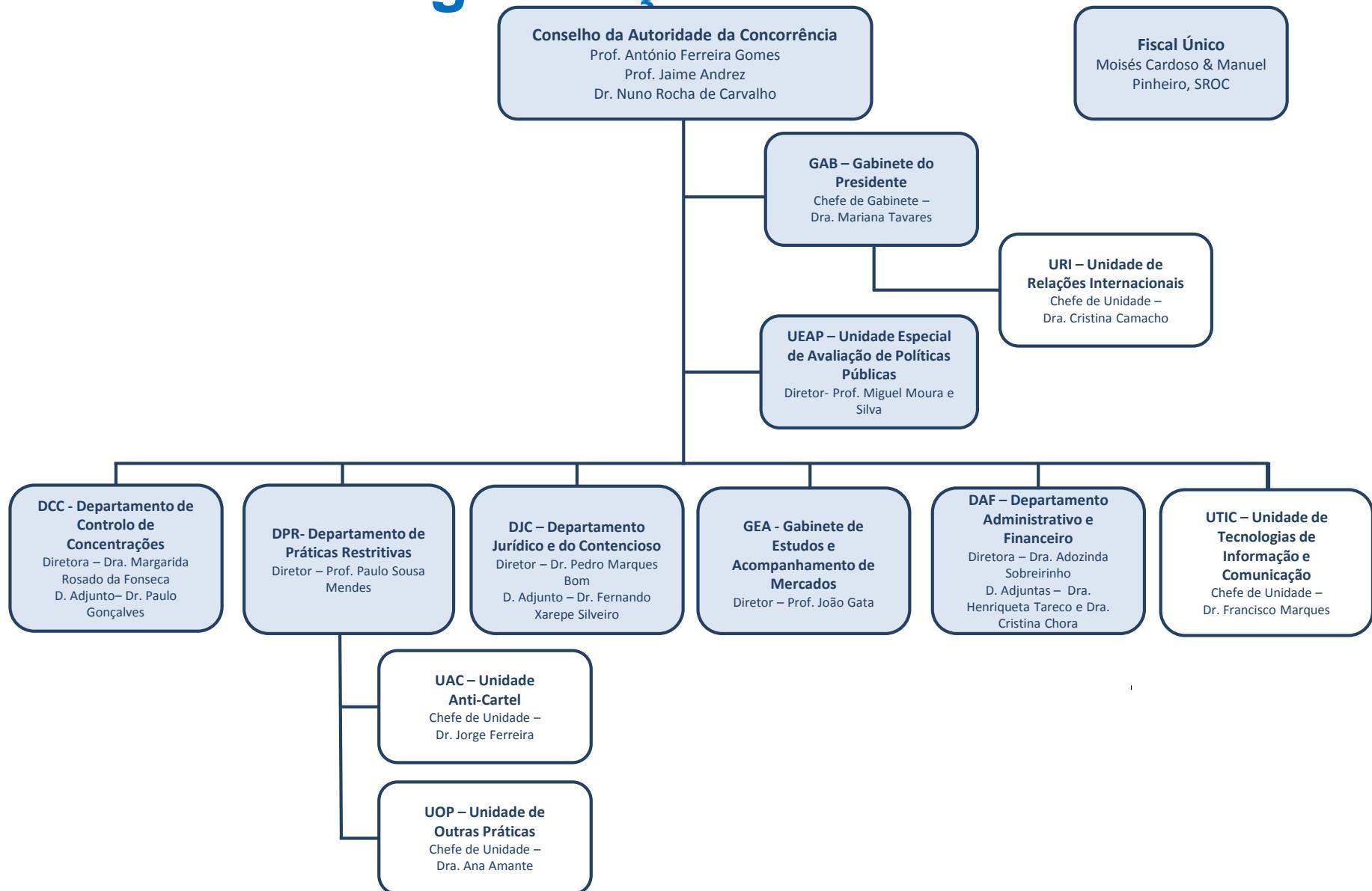
Cabe à AdC:

- Instruir e decidir procedimentos administrativos respeitantes a operações de concentração de empresas;
- Proceder à realização de estudos, inquéritos, inspeções ou auditorias que, em matéria de concorrência, se revelem necessário.

- Cabe à AdC investigar, instruir e decidir processos contraordenacionais por práticas restritivas da concorrência.
- Para efeitos dessa investigação, a AdC dispõe de um conjunto de poderes, entre os quais a realização de:
 - Pedidos de informação;
 - Inquirições orais;
 - Diligências de busca e apreensão de documentos (arts. 15.^º e 18.^º a 20.^º do RJC).

- Caso conclua pela existência de uma prática restritiva da concorrência, a AdC pode aplicar aos infratores:
 - Coimas
 - Sanções acessórias
 - Sanções pecuniárias compulsórias (arts. 68.^º, 71.^º e 72.^º do RJC).
- As coimas por práticas restritivas da concorrência podem atingir 10% do volume de negócios das empresas envolvidas (art. 69.^º do RJC).

Organização



Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
- 4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal**
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

- As operações de concentração podem ser positivas para a economia, sendo fenómenos naturais em economias de mercado e reflexo da liberdade empresarial
- Podem, por exemplo, permitir
 - recombinar ativos e gerar sinergias
 - desenvolver novos produtos e processos
 - reduzir custos ou expandir as operações
 - reduzir situações de dupla-margem no caso de concentrações verticais, reduzir custos de transação e melhorar a coordenação entre os dois níveis da cadeia de valor, entre outros efeitos positivos.

- No entanto, algumas operações de concentração podem criar entraves significativos à concorrência, ao permitir um reforço do poder de mercado das empresas que implique maiores preços, menor quantidade, menor qualidade ou menor inovação.
- À AdC cabe apreciar as operações de concentração que cumpram os requisitos legais de obrigatoriedade de notificação, devendo proibir aquelas que sejam suscetíveis de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

Em que consiste normalmente a análise?

- Definição de mercado relevante
 - Mercado do Produto (produtos e/ou serviços considerados permutáveis ou substituíveis pelo consumidor)
 - Mercado Geográfico
- Determinar os condicionalismos concorrenciais
 - Substituibilidade do lado da procura (em termos conceptuais – TMH)
 - Substituibilidade do lado da oferta
- Avaliação jus-concorrencial
 - Análise Estrutural (Quotas de mercado & Índices Concentração)
 - Eliminação de Concorrência Efetiva ou Potencial
 - Análise dos Efeitos resultantes da Operação (horizontais, verticais, congloberais)
 - Efeitos: Unilaterais ou Coordenados

A análise dos efeitos jusconcorrenciais depende do tipo de mercado:

- Mercados de produto diferenciado (v.g. produção de automóveis):
 - Análise dos efeitos da eliminação da concorrência entre as Partes
 - grau de proximidade concorrencial (Índices de pressão sobre os preços)
 - capacidade e custos de reposicionamento por parte dos concorrentes
- Mercados de produto homogéneo (v.g. produção de cimento):
 - Análise da capacidade e incentivo da nova entidade para restringir a oferta com vista a induzir um aumento de preço
 - Análise estrutural, capacidade de resposta de concorrentes efetivos ou potenciais
 - Existência de capacidade de produção excedentária
 - Eventuais barreiras à mobilidade dos consumidores (Custos de mudança)

Mercados com especificidades relevantes para a análise (exemplos):

- Mercados de leilões ou procedimentos concursais (v.g. concessões de auto-estradas ou aprovisionamento na industria automóvel):
 - concorrência pelo acesso ao mercado (competition for the market vs competition on the market);
 - análise do histórico da concorrência em leilões passados
 - Período alargado de observação
 - intensidade da concorrência entre as Partes: posicionamento relativo em leilões passados, preços e outras condições das propostas das partes e outros concorrentes
- Mercados de Inovação
 - ritmo de introdução de novos produtos e impacto na concorrência
 - impacto da operação na eficiência dinâmica da economia (incentivos à inovação)

Fatores que poderão contrabalançar preocupações:

- Contestabilidade do mercado
 - probabilidade, dimensão e âmbito da entrada/expansão de concorrentes
- Poder negocial dos clientes
- Ganhos de eficiência
 - específicos da concentração
 - elevada probabilidade de concretização, em tempo útil
 - passíveis de verificação
 - beneficiar os consumidores
- Argumento da empresa insolvente
 - incapacidade de cumprir obrigações financeiras
 - sem possibilidade de reorganização
 - inexistência de aquisição alternativa menos prejudicial à concorrência
 - saída dos ativos do mercado

- A verificação de um SIEC pode depender de fatores como:
 - Quotas de mercado elevadas
 - Pouco provável que os concorrentes aumentem a oferta se os preços aumentarem (v.g. restrições de capacidade)
 - Partes na operação são concorrentes próximos (produtos diferenciados)
 - A operação de concentração elimina uma força concorrencial importante (v.g. maverick)
 - A operação reforça o buyer power das Partes
 - Pouca possibilidade de reposicionamento dos concorrentes (produtos diferenciados)
 - Os clientes enfrentam reduzido leque de fornecedores ou custos de mudança elevados
 - Existência de barreiras significativas à entrada ou expansão (v.g. elevado investimento de entrada, economias de escala)
 - Operação cria ou reforça barreiras à entrada/expansão dos concorrentes (v.g. controla o acesso a fatores produtivos essenciais, efeitos de rede)
 - Os clientes não têm buyer power

Efeitos coordenados

- Condições
 - Capacidade para estabelecer os termos da coordenação
 - Sustentabilidade Interna (dissuasão de desvios via monitorização/penalização de desvios)
 - Sustentabilidade externa (concorrentes externos à coordenação ou clientes não a fragilizam)
- Características de mercado favoráveis à verificação destas condições
 - Níveis elevados de concentração de mercado
 - Barreiras à entrada/expansão
 - Transparência de mercado
 - Simetria e homogeneidade de custos das empresas
 - Participações cruzadas
 - Regularidade e frequência das encomendas
 - Grau de complexidade (reduzido) e estabilidade do mercado
 - Contactos em múltiplos mercados
- Impacto da operação na probabilidade, sustentabilidade e extensão da coordenação

Práticas restritivas da concorrência

- Proibidas nos termos dos artigos 9.º, 11.º e 12.º do RJC e 101.º e 102.º do TFUE.
- Análise ex-post de condutas.
- Trata-se de:
 - Acordos;
 - Práticas concertadas;
 - Decisões de associações de empresas;
 - Abusos de posição dominante

que tenham por objeto ou efeito impedir, falsear ou restringir a concorrência no mercado nacional (direito nacional) ou no mercado interno (direito da União Europeia).

Práticas restritivas da concorrência

- **Acordos e práticas concertadas:** coordenação de comportamentos entre
 - Concorrentes - restrições horizontais (v.g. “cartéis”)
 - Empresas em diferentes níveis da cadeia de valor – restrições verticais (v.g. entre fornecedores e distribuidores).
- **Abuso de posição dominante:** prática unilateral através da qual uma empresa que detém uma posição dominante num determinado mercado usa o seu poder de mercado para adotar práticas anticoncorrenciais que prejudicam os consumidores ou seus concorrentes.

Práticas restritivas da concorrência

Acordos Horizontais:

➤ Cartéis

Absolutamente proibidos acordos entre concorrentes no sentido de:

- Fixar preços
- Restringir capacidades - limitar a produção/oferta
- Repartir mercados geográficos, clientes e/ou quotas de mercado

Práticas restritivas da concorrência

Acordos Horizontais:

- **Troca de informações comerciais sensíveis**, ainda que indiretamente, que indicie ou sugira a estratégia comercial e comportamento a adotar, como por exemplo
 - Preços de sell-in e Descontos;
 - Custos;
 - Lucros e Margens de Lucro;
 - Volume de vendas;
 - Previsões de aumento ou redução de preços

Práticas restritivas da concorrência

Acordos Verticais:

- **Fixação do preço de revenda** que tenha por objeto ou efeito, direto ou indireto, o estabelecimento de um preço de revenda mínimo ou fixo na venda a terceiros dos produtos fornecidos
 - Poderá ser justificado, por exemplo, para justificar a introdução de novos produtos e para promover a entrada a montante, ao ajudar a persuadir os retalhistas a aceitar o risco de venderem e investirem no sucesso dos novos produtos

Práticas restritivas da concorrência

Acordos Verticais – outros exemplos:

- Marca única
- Distribuição exclusiva
- Atribuição exclusiva de clientes
- Distribuição seletiva
- Acordos de franquia
- Fornecimento exclusivo
- Taxas de acesso pagas antecipadamente
- Acordos de gestão por categoria
- Vendas subordinadas

Práticas restritivas da concorrência

Acordos Verticais:

- Os acordos verticais podem permitir ganhos de eficiência pela complementaridade das partes
- Podem promover a concorrência não-preço e melhorar a qualidade dos serviços
- Podem permitir otimizar os processos de produção e de distribuição
- Podem permitir melhorar o nível de investimentos e de vendas
- Podem resolver o problema de free-ride (esforço de promoção de outros distribuidores)
- Podem resolver o problema de hold-up (quando são necessários investimentos específicos ao cliente)

Práticas restritivas da concorrência

Acordos Verticais:

Mas podem ter efeitos negativos:

- Encerramento do mercado a outros fornecedores ou compradores por reforçarem barreiras à entrada ou expansão
- Atenuação da concorrência entre fornecedores (concorrência inter-marca)
- Atenuação da concorrência entre compradores (concorrência intra-marca)

Práticas restritivas da concorrência

Abuso de Posição Dominante:

- Existe uma posição dominante no mercado?
- A empresa está a abusar da sua posição dominante?
 - Preços excessivos
 - Preços predatórios
 - Discriminação de preços ou outras condições
 - Vendas subordinadas e agrupadas
 - Recusas de venda
- Cada vez mais uma análise por efeitos.

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
- 5. Atuação responsável das empresas**
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

Atuação responsável das empresas - “compliance”

- Os incentivos à colusão e à concentração podem ser maiores durante a crise.

MAS

- Essa tentação pode sair cara, não obstante possíveis benefícios a curto prazo, porque:
 - a concorrência é sempre, a longo prazo, a melhor solução, quer para as empresas em particular quer para a economia em geral,
 - as possíveis sanções para comportamentos restritivos da concorrência podem ter um impacto financeiro muito forte.

Atuação responsável das empresas - “compliance”

As empresas devem:

- Fazer um esforço crescente para perceber as vantagens da concorrência, conhecer as regras aplicáveis e cumpri-las;
- Estar conscientes dos riscos que o incumprimento dessas regras acarreta, não só em termos de afetação da competitividade e crescimento económico a longo prazo, mas também do impacto financeiro resultante da possível imposição de coimas a comportamentos infratores;
- Prevenir comportamentos violadores das regras de concorrência.

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
- 6. O Programa de Clemência**
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

O Programa de Clemênci



- Uma empresa que infrinja o direito da concorrência pode obter dispensa ou atenuação da coima que lhe seria aplicável mediante colaboração com a AdC na investigação e prova dessas práticas, ao abrigo do programa de clemênci (arts. 75.^º e ss. do RJC).
- Dispensa de coima: coima = 0€
- Redução de coima:
 - Redução de 30 a 50% - à primeira empresa que forneça informações e provas de valor adicional significativo
 - Redução 20 a 30%;- à segunda empresa que forneça informações e provas de valor adicional significativo
 - Redução até 20%. – às restantes empresas empresa que forneçam informações e provas de valor adicional significativo

O Programa de Clemênci



- O regime é igualmente aplicável, relativamente à coima que lhes seria aplicável a título individual, aos titulares do órgão de administração e aos responsáveis pela direção ou fiscalização das áreas de atividade de uma empresa em que seja praticada a infração.

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
- 7. Alguns Casos**
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

Alguns Casos

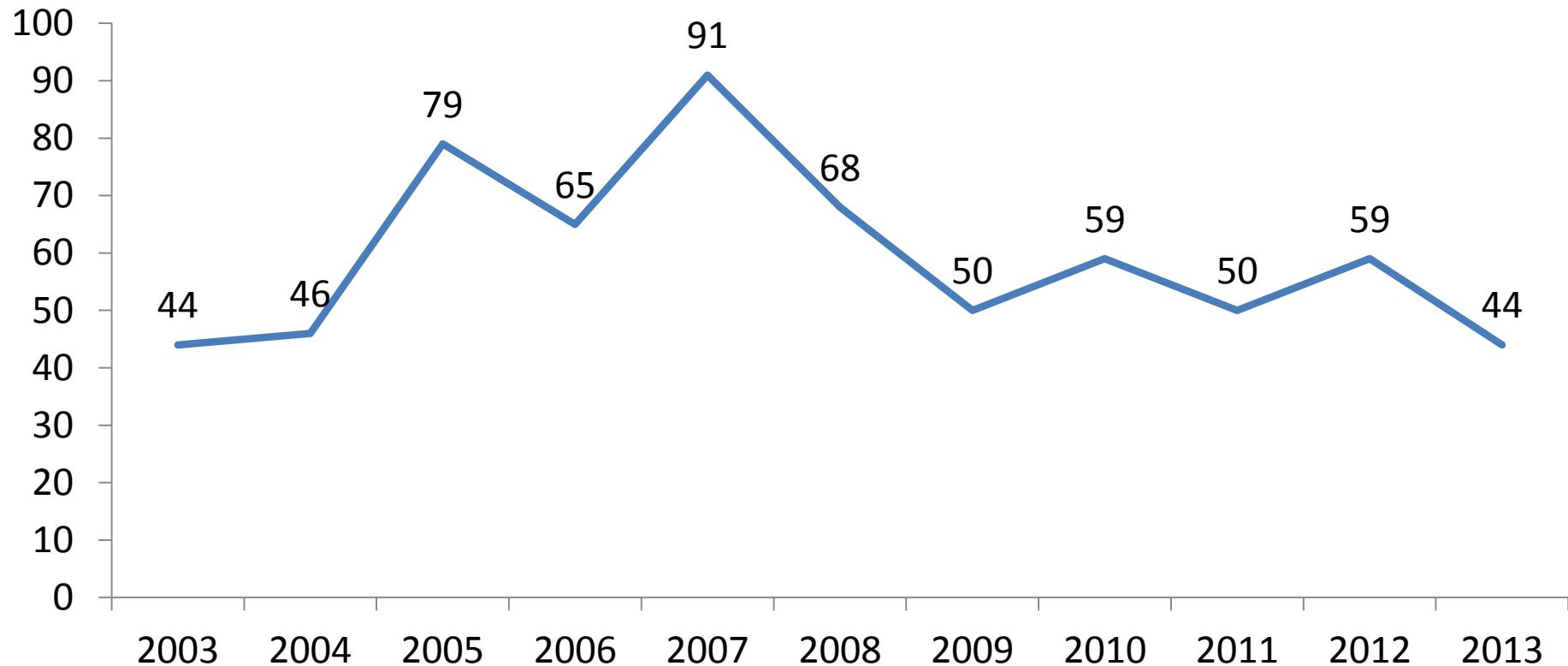
→ Práticas restritivas – Decisões Condenatórias*

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Acordos entre empresas	1	1	2	2	1	1	2	1	3	2
Decisões associações empresas	0	3	1	0	1	1	3	0	0	0
Práticas concertadas	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
Abuso posição dominante	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1
Abuso dependência económica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1	4	4	3	3	4	6	2	4	3

* Em 2003, não houve decisões de condenação. Em 2010, há um condenação simultânea por concertação e abuso de posição dominante

Alguns Casos

→ Decisões de concentrações de empresas



Práticas restritivas

Caso Sal: acordo horizontal (cartel)

- Investigação aberta na sequência de denúncia.
- Arguidas: 4 empresas produtoras de sal
- Infração: cartel de fixação de quotas de mercado (quotas deviam manter-se inalteradas; compensação entre as empresas em caso de alteração das quotas)
- Duração: 8 anos
- Prejuízo estimado para os consumidores, indústria e empresas concorrentes: 5,6 milhões de euros (6 anos)
- Coimas: € 910.728, por decisão da AdC de 11.07.06
- Recurso judicial: decisão da AdC confirmada, com ligeira diminuição da coima (TComércio – 02.05.07; TRelação – 07.11.07)

Caso Espumas: acordo horizontal (cartel)

- Investigação aberta na sequência de pedido de clemênciа.
- Arguidas: 3 empresas produtoras e comercializadoras de espuma de poliuterano flexível
- Infração: troca de informação comercial sensível com vista à fixação dos preços dos seus produtos
- Duração: 10 anos
- Coimas: € 993.000 (valor que reflete uma redução de 50% da coima aplicada a 2 das empresas decorrente de proposta de transação apresentada; a terceira empresa foi dispensada do pagamento da coima ao abrigo do programa de clemênciа), por decisão da AdC de 18.07.13
- Recurso judicial: a decisão não foi impugnada

Caso Baxter/Glintt: acordo vertical

- Investigação aberta na sequência de participação apresentada por uma entidade hospitalar depois da anulação de um procedimento concursal por indícios de ilícitos contraordenacionais.
- Arguidas: 2 empresas farmacêuticas
- Infração: fixação de preços de revenda
- Duração: 4 anos
- Coimas: € 530.768, por decisão da AdC de 10.12.10
- Recurso judicial: a decisão foi confirmada, com ligeira redução de coima (TComércio: 12.09.11; TRelação: 10.07.12)

Caso AIPL: decisão de associação de empresas

- Investigação aberta na sequência de denúncia
- Arguidas: Associação de industriais de panificação
- Infração: troca de informação sobre preços, adequada a fixar os preços de venda de pão ao público
- Duração: 3 anos
- Coima: € 1.177.429, por decisão da AdC de 12.12.08
- Recurso judicial: a decisão foi confirmada, com ligeira redução de coima (TComércio: 25.06.10; TRelação: 28.12.11)

Caso Roche: abuso de posição dominante

- Investigação aberta na sequência de denúncia
- Arguida: empresa farmacêutica
- Infração: a arguida fazia depender a concessão de descontos para os produtos em mercados em que a arguida possuía posição dominante da aquisição de outros produtos inseridos em mercados em que não possuía posição dominante
- Coima: € 900.000, por decisão da AdC de 12.04.12
- Recurso judicial: a decisão não foi impugnada

Controlo de concentrações

Notificação: 20 de fevereiro de 2006

Mercado: Telecomunicações e media e conteúdos

Operação: Oferta Pública de Aquisição lançada pela Sonaecom

Problemas jusconcorrenciais: Da operação resultariam quotas de mercado especialmente elevadas, suscetíveis de gerar uma posição dominante, o que indica a existência de problemas jusconcorrenciais de natureza horizontal

A AdC considerou três cenários distintos:

- (i) **cenário pré-operação** – onde se avalia, entre outros, o papel concorrencial da Optimus e, em termos prospetivos, a forma como este evoluiria caso a Operação não se viesse a concretizar;
- (ii) **cenário pós-operação** – onde se avalia, entre outros, o papel concorrencial da Vodafone, ou o impacto de fatores que possam contrabalançar eventuais efeitos nefastos da Operação sobre o bem-estar do consumidor, tais como o grau de contestabilidade do mercado, assim como as eficiências específicas à Operação e a forma como as mesmas são transferidas para o consumidor;
- (iii) **cenário pós-operação com aplicação de Compromissos** – onde se avalia, entre outros, o impacto dos Compromissos no reforço das condições de contestabilidade do mercado (aos níveis grossista e retalhista).

1.ª fase

A AdC concluiu que, atenta,

- a estrutura e quotas de mercado;
- o impacto dos efeitos de rede – desvantagem da Vodafone face à TMN/Optimus;
- as barreiras à entrada identificadas – ao nível retalhista mas, sobretudo, ao nível grossista,

a operação resultaria na criação de uma posição dominante suscetível de restringir a concorrência no mercado das telecomunicações móveis,

tendo por isso aberto uma **fase de investigação aprofundada** (9 de junho de 2006).

2.ª fase (investigação aprofundada)

- A notificante (Sonaecom) assumiu uma série de compromissos, respeitantes a:
 - redes fixas
 - redes móveis
 - outras atividades (media e conteúdos).
- Face a esses compromissos, a AdC considerou que:
 - da operação não resulta a criação ou reforço de posição dominante da qual podiam resultar entraves significativos à concorrência efetiva;
 - a operação pode até melhorar substancialmente a estrutura concorrencial do setor, 'daí resultando benefícios para o bem-estar dos consumidores.

Decisão: Não oposição com compromissos, 22 de dezembro de 2006.

Alguns dados sobre o processo:

- Constituíram-se como contrainteressados 8 entidades;
- Foram realizados 49 pedidos de elementos na 1.ª fase;
- Foram realizados 63 pedidos de elementos na 2.ª fase;
- Foram consultadas 56 entidades nacionais e estrangeiras;
- O ICP-ANACOM emitiu 4 pareceres;
- O processo confidencial contém 55 volumes;
- O processo contém 25 estudos, alguns elaborados pelos mais reconhecidos especialistas mundiais em economia das telecomunicações;
- A operação envolveu a análise de 46 mercados relevantes;
- A AdC utilizou, na operação, 81 dias úteis.

Notificação: 20 de abril de 2011

Mercado: transporte de mercadorias por via rodoviária

Operação: aquisição de controlo exclusivo

Problemas jusconcorrenciais:

- Elevadas quotas de mercado das partes (80-90%);
- As partes eram os respetivos concorrentes mais próximos;
- Eliminação de uma alternativa relevante para os clientes com impacto no respetivo poder negocial (ausência de alternativa relevante);
- Elevadas barreiras à entrada e expansão no mercado;
- Operação suscetível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual podiam resultar entraves significativos à concorrência no mercado relevante,

pelo que foi aberta uma **fase de investigação aprofundada** (27 de julho de 2011).

Compromissos:

- Notificantes submeteram 3 pacotes de compromissos
- Primeiros 2 pacotes rejeitados pela AdC – elevados níveis de risco (riscos de composição, ligados ao adquirente e relacionados com os ativos)
- Pacote 3 aceite pela AdC:

Riscos de Composição

- Desinvestimento da atividade do Grupo Powervia no mercado relevante
- Eliminação da sobreposição da atuação das Partes no mercado relevante
- Desinvestimento de um negócio autónomo (em termos jurídicos e económicos), com uma base de clientes estável

Riscos ligados ao Adquirente

- Partes apresentaram uma solução do tipo *up-front buyer*
- AdC aprovaria o comprador em função da sua independência, capacidade e da ausência de problemas jusconcorrenciais resultantes da aquisição
- Condição de não recompra do negócio desinvestido no prazo de 5 anos

Riscos relacionados com os ativos

- Curto período de desinvestimento
- Mandatário de monitorização

Decisão: Não oposição com compromissos em 2.ª fase (12 de janeiro de 2012)

MAS

- A Powervia não procedeu ao desinvestimento no período determinado na decisão da AdC;
- A AdC declarou a extinção do procedimento de monitorização, concluindo que a condição imposta na decisão não havia sido cumprida;
- A operação não foi, em consequência, autorizada, e não pode ser realizada.

2 de agosto de 2012: **Declaração de extinção do procedimento** na sequência da monitorização de compromissos

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
- 8. Concorrência em períodos de crise**
9. Conclusões

Concorrência em períodos de crise

- Não se deve entender que a crise exige uma mudança de paradigma na aplicação das regras da concorrência ou na definição da política de concorrência ou justifica um relaxamento na aplicação do direito da concorrência.
- A política de concorrência sustenta o bom funcionamento dos mercados ao assegurar que as empresas concorrem pelo mérito; relaxar a aplicação das regras de concorrência é ainda mais custoso em tempos de crise económica.

“Memorando de entendimento sobre as condicionalidades de política económica”, 17 de maio de 2011 (“**programa de ajustamento**”), relativo ao apoio financeiro da UE a Portugal:

- aperfeiçoamento das regras da concorrência; e
- reforço dos poderes da AdC

como uma das condições de política económica, impostas como contrapartida para a concessão de apoio financeiro a Portugal, destinadas a restabelecer “uma situação económica ou financeira sã” e a restaurar “a sua capacidade de se financiar nos mercados financeiro” (art. 3.º, n.º 3, al. b) do Regulamento UE n.º 407/201, de 11 de maio de 2010).

Autoridade da Concorrência em período de crise



- No atual contexto de crise, compete à AdC assegurar:
 - O respeito pelas regras de defesa da concorrência no território nacional, prevenindo e sancionando o seu incumprimento;
 - A promoção de uma cultura de concorrência que assegure a saudável rivalidade entre as empresas, promova o mérito, a eficiência e a inovação,indispensáveis para um crescimento económico sustentado.
- A eficácia da sua atuação é um importante instrumento para uma sólida recuperação da economia nacional.

Tópicos

1. O papel da concorrência no mercado
2. Proteção da concorrência
3. A Autoridade da Concorrência
4. A aplicação das regras da concorrência em Portugal
5. Atuação responsável das empresas
6. O Programa de Clemência
7. Alguns Casos
8. Concorrência em períodos de crise
9. Conclusões

Conclusão

- Um país exposto a concorrência resiste com maior flexibilidade aos choques que enfrenta e está em melhores condições para fazer face aos ajustamentos que se impõem numa sociedade cada vez mais global.
- Pelos benefícios que gera, a concorrência deve ser encarada, em período de crise, como:
 - um motor de crescimento económico;
 - um mecanismo fundamental de sustentação da recuperação económica.

Conclusão

- O cumprimento das regras de concorrência é pois condição para o desenvolvimento de uma economia robusta, dinâmica, assente na competitividade, na inovação e no crescimento sustentado.
- Pelo contrário, a violação das regras da concorrência prejudica substancialmente a economia ao diminuir a produtividade e a competitividade das empresas, pressuposto fundamental para vencer a crise.
- É importante que as empresas percebam a sua responsabilidade no respeito pelas regras de concorrência (v.g. compliance)

Conclusão

- Uma política de concorrência eficaz é primordial para:
 - manter e sustentar o processo de recuperação económica, de aumento de produtividade e de competitividade;
 - permitir condições para um sólido crescimento económico.
- Ao direito e à política de concorrência cabe um papel de relevo no processo de recuperação económica.

Obrigado

António Ferreira Gomes
agomes@concorrencia.pt