



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB
FACULDADE DE DIREITO

SOFIA DE MEDEIROS VERGARA

ECONOMIA MOVIDA A DADOS E CONTROLE DE ESTRUTURAS
NO DIREITO CONCORRENCIAL:

Uma análise comparativa das experiências brasileira e europeia

Brasília, DF

2022

SOFIA DE MEDEIROS VERGARA

**ECONOMIA MOVIDA A DADOS E CONTROLE DE ESTRUTURAS
NO DIREITO CONCORRENCIAL:**

Uma análise comparativa das experiencias brasileira e europeia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Direito de como requisito para outorga de bacharel em Direito da Universidade de Brasília.

Orientador: Angelo Gamba Prata de Carvalho

Brasília, DF

2022

SOFIA DE MEDEIROS VERGARA

**ECONOMIA MOVIDA A DADOS E CONTROLE DE ESTRUTURAS
NO DIREITO CONCORRENCIAL:**

Uma análise comparativa das experiencias brasileira e europeia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade
de Direito como requisito para outorga de bacharel em
Direito da Universidade de Brasília.

Orientador: Angelo Gamba Prata de Carvalho

Banca Examinadora:

Angelo Gamba Prata de Carvalho - Orientador
Universidade de Brasília

Victor de Oliveira Fernandes
Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)/
Conselho Administrativo de Defesa Econômica

Beatriz Kira
University College London (UCL)/Universidade de São Paulo

Brasília, DF

2022

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, Ana, por nunca ter medido esforços para me proporcionar um ensino de qualidade e por estar sempre presente. Sem o seu apoio nada disso seria possível.

Ao meu pai, Leonardo, pelo incentivo nas horas difíceis e pelo apoio e dedicação à minha formação

À minha família, que foi essencial nessa trajetória de evolução e crescimento, em especial, meus avós maternos, Paz Therezinha e João Maria, e paternos, Sônia e Franklin, por serem exemplos de amor e generosidade, e à Luiza, minha prima, amiga e confidente.

Ao meu tio e padrinho, Jorge (*in memoriam*), que desempenhou um papel significativo na minha escolha pelo direito. Obrigada por todas as mensagens de conforto e pelos ensinamentos acadêmicos, profissionais e pessoais. Você terá sempre minha eterna gratidão.

Ao Gabriel, por ser fortaleza e carinho nos últimos anos, sou muito feliz em poder acompanhar e compartilhar dos seus sucessos.

Aos amigos que fiz durante minha trajetória na faculdade, por serem aconchego e descontração nesses anos que passamos juntos. Em especial, Isabela, Letícia, Sâmella, João Victor, Gabriel Felipe e Pedro, sou muito grata por ter lhes encontrado.

Aos amigos que levo comigo desde a infância, dos quais não poderia deixar de citar Juliana, Gabi, Marcello e Nanda. Foi um grande prazer poder crescer ao lado de vocês.

Aos colegas de trabalho que foram essenciais para o meu desenvolvimento pessoal e profissional, em especial Mônica e Elisa, pelos conselhos e desabafos ao longo desse período.

À Professora Amanda Athayde, pela zelosa orientação, disponibilidade e ensinamentos. Agradeço a paciência e dedicação com que conduziu o trabalho e por ser inspiração da profissional e acadêmica que um dia pretendo ser.

Ao Professor Ângelo Gamba, por todos os aprendizados e vivências de sala de aula e por aceitar compartilhar desse momento tão especial.

Aos queridos membros da banca examinadora, os Professores Victor Fernandes e Beatriz Kira, profissionais pelos quais guardo grande admiração e respeito, por aceitarem meu convite e se disponibilizarem a debater este trabalho, compartilhando seus conhecimentos.

E por fim, agradeço à Universidade de Brasília e seu corpo docente, por proporcionar uma experiência verdadeiramente transformadora e desenvolver em mim o pensamento crítico. Obrigada por ser uma segunda casa nos últimos cinco anos.

Guardarei sempre comigo as boas memórias e risadas que preencheram essa caminhada. O meu mais sincero agradecimento a todos que me acompanharam até aqui!

O que se perde é infinitamente menor do que aquilo que se ganha. Você se perde nesta forma que você tem agora, mas ao mesmo tempo compreende que você é algo infinitamente maior. Você é o universo inteiro.

[...] Tudo depende do tipo de lente que você utiliza para ver as coisas.

— Jostein Gaardner (O mundo de Sofia)

FICHA CATALOGRÁFICA

VV494e Vergara, Sofia de Medeiros
Economia movida a dados e o controle de estruturas no direito concorrencial: Uma análise comparativa das experiências brasileira e europeia / Sofia de Medeiros Vergara; orientador Angelo Gamba Prata de Carvalho. -- Brasília, 2022.
116 p.

Monografia (Graduação - Direito) -- Universidade de Brasília, 2022.

1. Mercados Digitais. 2. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. 3. Comissão Europeia. 4. Controle de Estruturas. 5. Big Data. I. Carvalho, Angelo Gamba Prata de, orient. II. Título.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

VERGARA, Sofia de Medeiros. (2022). Economia movida a dados e o controle de estruturas no direito concorrencial: Uma análise comparativa das experiências brasileira e europeia. Monografia Final de Curso, Faculdade de Direito, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 116 p.

RESUMO

Ao mesmo tempo que as inovações da era digital geraram inúmeras eficiências e benefícios, também provocaram as autoridades antitruste a repensar as ferramentas e teorias utilizadas na análise desses mercados. Considerando que o grande aumento nas operações de fusão e aquisição das empresas da economia digital podem indicar uma estratégia de consolidação de posição dominante e concentração de dados, cumpre verificar qual seria o papel do direito antitruste na regulação dessas operações. Primeiro, serão abordados os desafios da definição de poder de mercado na economia digital, bem como as principais teorias do dano aventadas pela doutrina antitruste e relatórios especializados, a fim de apontar os principais pontos de preocupação e potenciais efeitos anticompetitivos nos mercados digitais. Após, será ressaltado o importante papel da coleta e tratamento de dados nesses mercados, adentrando-se no debate dos pontos de convergência e inflexão entre a proteção de dados e o direito antitruste. Outrossim, com o objetivo de analisar “se” e “em que medida” as teorias do dano para mercados digitais são aplicadas na análise de atos de concentração no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e na Comissão Europeia, realizou-se pesquisa exploratória na base de dados das autoridades, sistematizando-se os resultados encontrados. Assim, buscou-se imprimir, em termos quantitativos e qualitativos, um perfil da análise concorrencial de concentrações no mercado digital brasileiro, bem como verificar como e com qual frequência as autoridades antitruste consideram a concentração de dados e os impactos à privacidade na análise antitruste.

Palavras-chave: Mercados Digitais; CADE; Comissão Europeia; Controle de Estruturas; Teorias do Dano; *Big Data*

ABSTRACT

While the innovations of the digital age have generated numerous efficiencies and benefits, they have also provoked antitrust authorities to rethink the tools and theories used to analyze these markets. Considering that the large increase in mergers and acquisitions of companies in the digital economy may indicate a strategy of consolidation of a dominant position and data concentration, it is necessary to verify what would be the role of antitrust law in the regulation of these operations. First, I will address the challenges of defining market power in the digital economy, as well as the main theories of harm raised by antitrust doctrine and specialized reports, to point out the main concerns and potential anticompetitive effects in digital markets. Afterwards, I will highlight the important role of data collection and processing in these markets, debating where data protection and antitrust law converge or diverge. Furthermore, to analyze "if" and "to what extent" theories of harm for digital markets are applied in the analysis of mergers in the Administrative Council for Economic Defense (CADE) and the European Commission, research was carried out exploratory in the authorities' database, systematizing the results found. Thus, we sought to print, in quantitative and qualitative terms, a profile of the competitive analysis of mergers in the Brazilian digital market, as well as to verify how and how often antitrust authorities consider data concentration and the impacts on privacy in antitrust analysis.

Key-words: Digital Markets; CADE; European Commission; Mergers; Harm Theories; Big Data

LISTA DE ABREVIATURAS

AC	Ato de Concentração
ANPD	Autoridade Nacional de Proteção de Dados
API	<i>Application Programming Interface</i>
CADE	Conselho Administrativo de Defesa Econômica
CE	Comissão Europeia
CMA	<i>Competition and Markets Authority</i>
DOJ	Departamento de Justiça dos Estados Unidos
EEE	Espaço Econômico Europeu
IA	Inteligência artificial
JV	Joint-Venture
ICO	<i>Information Commissioner's Office</i>
LDC	Lei de Defesa da Concorrência
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
SG	Superintendência Geral
RGPD	Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados
TI	Tecnologia da Informação
UE	União Europeia

LISTA DE TABELAS

Tabela 01- Visão Global do mercado afetado no caso Google/Fitbit.....	59
Tabela 02 - Remédios aplicados pela Comissão Europeia no caso Google/Fitbit.....	62
Tabela 03 - Remédios aplicados pelo CADE no caso SBF/Nike.....	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Sistematização dos elementos característicos dos mercados digitais.....	24
Figura 02 - Análise da disposição do consumidor em aceitar o requerimento de <i>opt-in</i> sob condições de perfeita informação.....	33
Figura 03 - Análise da disposição do consumidor em aceitar o tratamento dos dados em um cenário sem requerimento e em condições de perfeita informação e concorrência.....	34
Figura 04 - Análise da disposição do consumidor em aceitar o tratamento dos dados em um cenário sem requerimento e em condições de perfeita informação e monopólio.....	35
Figura 05 - Procedimento adotado pela Comissão Europeia no julgamento dos ACs em mercados digitais.....	48
Figura 06 - Fundamentação para adoção do procedimento simplificado no julgamento da Comissão Europeia acerca de concentrações em mercados digitais.....	49
Figura 07 - Duração e média de julgamento dos ACs em mercados digitais julgados pela Comissão Europeia entre os anos de 2020 e 2021.....	50
Figura 08 - Natureza das operações relativas a mercados digitais notificadas à Comissão Europeia entre os anos de 2020 e 2021.....	51
Figura 09 - Setores econômicos afetados pelas concentrações relacionadas a mercados digitais notificados à Comissão Europeia.....	52
Figura 10 - Mérito do julgamento de atos de concentração em mercados digitais notificados à Comissão Europeia entre os anos de 2020 e 2021.....	53
Figura 11 - Procedimento adotado pelo CADE no julgamento dos ACs em mercados digitais.....	68
Figura 12 - Proporção de atos de concentração julgados pelo Superintendência Geral e pelo Tribunal do CADE.....	68
Figura 13 - Fundamentação e enquadramento legal para adoção do procedimento sumário no julgamento dos ACs em mercados digitais.....	69

Figura 14 - Duração e média do período de julgamento dos ACs em mercados digitais julgados pelo CADE.....	70
Figura 15 - Natureza das operações relativas a mercados digitais notificadas ao CADE entre os anos de 2020 e 2021.....	71
Figura 16 - Mercados Relevantes afetados pelas concentrações em mercados digitais notificados ao CADE entre 2020 e 2021.....	74
Figura 17 - Mérito do julgamento de atos de concentração em mercados digitais notificados ao CADE entre os anos de 2020 e 2021.....	75
Figura 18 - Atos de concentração que apontaram preocupações com sobreposição horizontal no mercado digital brasileiro.....	77
Figura 19 - Atos de concentração que apontaram preocupações com integração vertical no mercado digital brasileiro.....	77
Figura 20 - Atos de concentração que apontaram preocupações com efeitos coordenados no mercado digital brasileiro.....	78
Figura 21 - Processos em que o CADE efetivamente se manifestou sobre os possíveis efeitos anticompetitivos relacionados a dados.....	78
Figura 22 - Duração e média de julgamento dos ACs em mercados digitais julgados pela Comissão Europeia e CADE.....	93
Figura 23 - Razões que motivaram as autoridades brasileira e europeia a afastar eventuais preocupações sobre concentração de dados.....	95

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. OS DESAFIOS DA DEFINIÇÃO DE PODER DE MERCADO NA ECONOMIA DIGITAL.....	17
2.1. PODER DE MERCADO E AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS MERCADOS DIGITAIS	19
2.2. NOVAS TEORIAS DO DANO E A IMPORTÂNCIA DOS DADOS NA ECONOMIA DIGITAL.....	25
3. O NECESSÁRIO DIÁLOGO ENTRE A PROTEÇÃO DE DADOS E O DIREITO CONCORRENCIAL	29
3.1. PRIVACIDADE NO DIREITO DA CONCORRÊNCIA E DIFICULDADE NA VALORAÇÃO DE DADOS	31
3.2. DIÁLOGO ENTRE PROTEÇÃO DE DADOS E O DIREITO ANTITRUSTE: O QUE PODE SER FEITO?	38
4. ATOS DE CONCENTRAÇÃO EM MERCADOS DIGITAIS: COMO AS AUTORIDADES ANTITRUSTE ENXERGAM AS TEORIAS DO DANO E A CONCENTRAÇÃO DE DADOS?	44
4.1. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA EUROPEIA NO CONTROLE DE ESTRUTURAS EM MERCADOS DIGITAIS	45
4.1.1. Metodologia de coleta de dados de decisões europeias no controle de estruturas em mercados digitais	46
4.1.2. Análise quantitativa da experiência europeia no controle de estruturas em mercados digitais.....	47
4.1.3. Análise qualitativa da experiência europeia no controle de estruturas em mercados digitais.....	53
4.2. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA BRASILEIRA NO CONTROLE DE ESTRUTURAS EM MERCADOS DIGITAIS	65
4.2.1. Metodologia de coleta de dados de decisões do CADE no controle de estruturas em mercados digitais	66
4.2.2. Análise quantitativa da experiência brasileira no controle de estruturas em mercados digitais.....	67
4.2.3. Análise qualitativa da experiência brasileira no controle de estruturas em mercados digitais.....	79
5. CONCLUSÃO	93
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXO I – BASE DE DADOS DA AUTORIDADE ANTITRUSTE EUROPEIA	108
ANEXO II – BASE DE DADOS DO CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONOMICA	111

1. INTRODUÇÃO

Plataformas digitais, mercados de comércio online e soluções tecnológicas para relações que antes se davam de forma física tornaram-se cada vez mais parte do nosso cotidiano, alterando profundamente as relações econômicas e sociais. O desenvolvimento dessas tecnologias criou oportunidades e mercados nunca antes aventados, impactando não só a economia, como também os setores de saúde, educação, transportes, finanças, trabalho, entre outros.

Nesse contexto, os dados pessoais ganharam um valor significativo para a economia digital, de modo que os agentes desse mercado continuamente coletam, tratam e monetizam os dados de seus usuários. As formas de obtenção desses dados nem sempre são orgânicas, tendo a OCDE (2015) reportado um crescimento exponencial em aquisições e fusões nos mercados digitais, que rapidamente aumentou de 55 operações em 2008 para 164 em 2012, com investimentos de mais de 5 bilhões. Tais operações, permitem paralelamente a concentração dos dados coletados pelas plataformas, reforçando o poder de mercado das empresas.

A criação de valor através de dados pode ser considerada uma das maiores mudanças da economia digital para os mercados tradicionais (OIT, 2021) e gera diversas preocupações tanto para o direito consumerista e de proteção de dados, como para o direito antitruste. Embora as questões envolvendo a proteção de dados pessoais tenham sido endereçadas em leis específicas, como a Lei Geral de Proteção de dados no Brasil e o Regulamento Geral de Proteção da Dados na União Europeia, ainda se questiona acerca do papel da autoridade antitruste nessa proteção.

Com efeito, as autoridades concorrenciais ao redor do mundo têm divergido acerca da melhor forma de lidar com essas preocupações, sendo o escopo apropriado de aplicação da regulação antitruste no mercado digital uma questão ainda controversa. Enquanto algumas jurisdições têm adotado posições mais incisivas em relação a esse mercado, buscando mitigar potenciais efeitos anticompetitivos intrínsecos as particularidades das plataformas digitais, outras jurisdições têm adotado uma posição mais retraída, a fim de evitar que uma regulação mais restritiva impeça a inovação no mercado.

Assim, tendo em vista as considerações sobre potenciais anticompetitivos e riscos a privacidade dos usuários que envolvem os atos de concentração em mercados digitais, bem como a divergência no modo de atuação das autoridades, esta monografia busca responder as seguintes perguntas: Em que medida as teorias do dano para mercados digitais são aplicadas na análise de atos de concentração no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e

na Comissão Europeia? Como e com qual frequência as autoridades antitruste consideram a concentração de dados e os impactos à privacidade na análise antitruste?

Para tanto, realizar-se-á pesquisa exploratória nas bases de dados da autoridade brasileira e europeia a fim de analisar e sistematizar os atos de concentração julgados entre 2020 e 2021 que envolvam o mercado digital. Nesses termos, a pesquisa envolveu duas escolhas principais: (i) o conjunto jurisprudencial a ser analisado em cada uma das autoridades; (ii) o parâmetro a ser utilizado para o estudo comparado.

Primeiro, optou-se por realizar a análise no âmbito do controle de estruturas das autoridades, uma vez que após pesquisas preliminares, constatou-se que a jurisprudência em processos administrativos que investigavam condutas apresentava um conjunto menos consistente para análise. Outrossim, a análise no âmbito do controle de estruturas permite verificar como as autoridades enxergam os mercados digitais e como delimitam os potenciais efeitos anticompetitivos que podem decorrer da operação, adequando-se ao tema de pesquisa proposto.

Segundo a escolha da Comissão Europeia como parâmetro do estudo comparado se deu por se tratar de uma autoridade notoriamente conhecida por ser expoente na regulação dos mercados digitais. Ademais, conforme será abordado nos capítulos a seguir, em algumas oportunidades, quando questionado sobre eventuais riscos decorrentes ao tratamento de dados, o CADE referiu-se a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), afirmando ser ela suficiente para resguardar tais preocupações. Assim, em vista da proximidade e similaridade entre a Lei Geral de Proteção de Dados no Brasil e o Regulamento Geral de Proteção de dados na União Europeia, entende-se que a escolha da Comissão Europeia permitiria traçar paralelos entre a jurisdições nesse sentido.

Assim, a monografia será dividida em três capítulos principais. Primeiramente, serão abordados os desafios da definição de poder de mercado na economia digital (Capítulo 2). Nesse capítulo, serão discutidas as razões para a dificuldade de aferição de poder de mercado na economia digital, especialmente considerando a oferta de serviços a preço-zero. Também serão apresentadas as principais características do mercado que influem no poder de mercado (Seção 2.1). Após, apontar-se-á possíveis danos concorrências que essas características podem gerar, bem como as novas teorias do dano aventadas para lidar com tais situações (Seção 2.2).

Em seguida, serão tecidas considerações acerca do diálogo entre a proteção de dados e o direito antitruste (Capítulo 3). Primeiramente serão destacas as dificuldades de atribuir valor aos dados, tanto em relação ao desconhecimento do usuário acerca do valor de seus próprios dados quanto em relação a ausência de transparência nas plataformas digitais (Seção 3.1). Em

seguida, será discutido o papel do direito antitruste na proteção da privacidade do usuário e o que pode ser feito no âmbito dos julgamentos de atos de concentração para mitigar esses dados (Seção 3.2).

Após, serão analisados os atos de concentração em mercados digitais, abordando, em especial, como as autoridades antitruste enxergam a concentração de dados (Capítulo 4). Esse capítulo será dividido em duas seções, sendo uma para a análise dos julgados da Comissão Europeia (Seção 4.1) e outra para os julgados do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Seção 4.2). A estrutura de ambas seções seguirá o mesmo padrão: (i) metodologia da coleta de dados; (ii) análise quantitativa dos julgados; (iii) análise qualitativa dos julgados. Ao final, serão apresentadas conclusões.

Por fim, antes de adentrar na análise pormenorizada do mercado, cumpre esclarecer que, para fins da presente monografia, o termo “economia digital” será utilizado como um guarda-chuva para descrever os mercados que focam em tecnologias digitais, estes que envolvem desde o desenvolvimento e aplicação de softwares e inteligências artificiais, até a troca de serviços da informação, comércio eletrônico e plataformas de intermediação (OCDE, 2013).

2. OS DESAFIOS DA DEFINIÇÃO DE PODER DE MERCADO NA ECONOMIA DIGITAL

É fato que a revolução da internet e das tecnologias da informação desencadearam uma onda de novos processos e produtos, permitindo a concepção de novos mercados e modelos de negócios, estimulando a concorrência e o crescimento da produtividade (OIT, 2021). Desde então, o desenvolvimento e a multiplicação das empresas da economia digital foram exponenciais. Esse processo de digitalização foi ainda mais acelerado durante a pandemia do coronavírus, como revela a 33ª edição da Pesquisa Anual sobre o Mercado Brasileiro de TI e Uso nas Empresas realizado pela FGV (2022).

Outrossim, segundo estudo elaborado pela Oxford Economics (2017), um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) do mundo deverá advir da economia digital até o ano de 2025. Afirma o estudo, que nos próximos anos, as tecnologias disruptivas serão essenciais para o crescimento da economia digital, de modo a “facilitar uma aplicação mais ampla de soluções de dados intensivos em todos os setores, bem como multiplicar e ampliar os canais através dos quais o efeito de transbordamento digital pode operar”¹ (OXFORD ECONOMICS; HUAWEI, p. 32). Parece evidente, portanto, haver uma intrínseca relação entre os dados dos usuários e o crescimento da economia digital. Para os pesquisadores, a inteligência artificial e o “*big data analytics*” vão ser cada vez mais aplicados nos mercados digitais, ampliando o impacto desses mercados nos demais setores e nas relações cotidianas, adentrando no que chamaram de “Era da Inteligência+”.

Esse crescimento sem precedentes dos mercados digitais não haveria de passar despercebido pela doutrina e jurisprudência antitruste. Nesse sentido, ao mesmo tempo que as inovações da era digital geraram inúmeras eficiências e benefícios para os consumidores e o mundo dos negócios, também provocaram as autoridades antitruste a repensar as ferramentas utilizadas na análise do controle de estruturas e condutas desses mercados, bem como levantaram diversas preocupações para os pesquisadores da área.

As abordagens regulatórias adotadas pelas autoridades concorrenciais para endereçar esses problemas, entretanto, nem sempre convergem em seus objetivos. Por exemplo, a Divisão Antitruste do Departamento de Justiça (DOJ) dos Estados Unidos afirmou que apesar de dispor de preocupações particulares em relação aos mercados digitais, sem que fosse demonstrado dano a competição ou aos competidores, a divisão se mostraria relutante em impor quaisquer

¹ Tradução livre de “[...] will facilitate a broader application of data-intensive solutions across sectors, as well as multiplying and amplifying the channels through which the digital spillover effect can operate”

tipos de deveres especiais, a fim de evitar que tais deveres prejudiquem a própria inovação que cria um mercado dinâmico em benefícios dos consumidores (DELRAHIM, 2018). Em contraposição, a União Europeia tem apontado que

[...] mesmo onde o dano ao consumidor não pode ser medido com precisão, as estratégias empregadas pelas plataformas dominantes, destinadas a reduzir a pressão competitiva que enfrentam, devem ser proibidas na ausência de clara comprovação documental de ganhos no que tange ao bem-estar do consumidor. (CRÉMER; MONTJOYE; SCHWEITZE, 2019, p. 3)²

Por sua vez, o relatório da *Competition and Markets Authority* (CMA, 2019) do Reino Unido, apesar de reconhecer os diversos benefícios e potenciais inovadores das tecnologias dos mercados digitais, afirma que tais benefícios não permitem enxergar um quadro completo da situação, não se podendo ignorar os impactos que o modelo de mercado pode causar. Especialmente considerando a grande concentração nesses mercados, a autoridade britânica enxerga preocupações na quantidade de dados coletados em troca do serviço, a privacidade e segurança com que esses dados são tratados e a densidade dos anúncios que submetem ao usuário.

Apesar dos serviços a preço zero serem bastante atrativos do ponto de vista do consumidor, o que denotaria uma falsa eficiência de mercado, fato é que, em muitos casos, o valor extraído desses dados é maior do que o do serviço prestado. Nesse contexto, a dificuldade para aferir os danos ao consumidor não pode se colocar como uma justificativa para que as autoridades da concorrência se mantenham inertes. É necessário repensar os conceitos e as ferramentas do antitruste a fim de adequadamente endereçar os potenciais anticompetitivos dos mercados digitais.

No Brasil, o CADE inicialmente se posicionou de forma menos invasiva, arquivando o caso Google Shopping, que na União Europeia gerou a condenação e a aplicação de umas das maiores multas da autoridade, ao considerar que não ficou evidenciado os efeitos anticompetitivos para os usuários da plataforma, bem como não houve redução da visibilidade dos anunciantes. Contudo, nos últimos anos o CADE tem prestado maior atenção nos mercados digitais, elaborando e publicando relatórios especializados sobre o tema. Esse caminho para uma análise mais completa dos mercados digitais, contudo ainda não foi completamente percorrido, uma vez que como apontou a Nota do Brasil em relatório da OCDE (2022b), o

² Tradução livre de “[...] even where consumer harm cannot be precisely measured, strategies employed by dominant platforms aimed at reducing the competitive pressure they face should be forbidden in the absence of clearly documented consumer welfare gains.”

CADE ainda não tem aplicado os testes e teorias do dano formuladas para os mercados digitais em suas decisões.

Ante as divergências quanto a melhor abordagem para lidar com as tecnologias da informação e comunicação empregadas nos mercados de digitais, faz-se necessário entender como é medido o poder de mercado na economia digital, bem como são as suas principais características (2.1). Após, serão revisadas as preocupações e potenciais danos percebidos nesse mercado (2.2).

2.1. PODER DE MERCADO E AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS MERCADOS DIGITAIS

A aferição de poder de mercado é um passo importante na análise antitruste. Inicialmente, a teoria neoclássica apontava que “a principal forma de manifestação do poder econômico nos mercados está na faculdade (poder) de aumentar preços através da redução da oferta de bem ou serviço” (SALOMÃO FILHO, 2021). Essa definição simplista de poder de mercado escapa ao escopo da economia digital, uma vez que muitas empresas de tecnologia ofertam seus serviços a preço-zero, utilizando a tecnologia disponível para monetizar a informação coletada dos usuários.

A fim de englobar os mercados digitais no conceito de poder de mercado, a OCDE (2016, pp. 16-17) indica que tal poder também poderia “ser exercido por meio de dimensões da concorrência não relacionadas ao preço, permitindo que as empresas forneçam produtos ou serviços de qualidade reduzida, imponham grandes quantidades de publicidade ou mesmo colem, analisem ou vendam dados excessivos dos consumidores”³. No mesmo sentido a autoridade francesa (*Autorité de la Concurrence*) e a alemã (*Bundeskartellamt*) (2016) apontam que ainda que se tratem de produtos e serviços a preço zero, a posse de dados é uma importante fonte de poder de mercado, especialmente quando pode ser usada como barreiras à entrada de novos concorrentes.

Mesmo com a evolução do conceito, os mercados digitais ainda apresentam diversos desafios no que diz respeito à delimitação precisa do mercado relevante e aferição do poder de mercado. Dentre os motivos dessa dificuldade, pode-se apontar: a forma como os agentes competem entre si, que inverte a relação de concorrência nos mercados para constituir uma

³ Tradução livre de “[...] market power may be exerted through non-price dimensions of competition, allowing companies to supply products or services of reduced quality, to impose large amounts of advertising or even to collect, analyse or sell excessive data from consumers.”

concorrência pelos mercados; a interconexão entre mercados realizada comumente por essas tecnologias; a compatibilidade das ferramentas usadas e a interoperabilidade de dados, dentre outros. Daí porque, “tão importante quanto segmentar mercados que se baseiam na tecnologia é saber reagrupá-los e conectá-los sob uma perspectiva dinâmica” (FRAZÃO, 2017, p. 145).

A fim de se adequar a dinamicidade dos mercados digitais, as definições rígidas de mercado relevante podem ser flexibilizadas, até mesmo para se ajustar a neutralização das dimensões de espaço físico e tempo como consequência da aplicação de tecnologias nos mercados (FRAZÃO, 2017). Nesse contexto, aponta a OCDE (2022a) que as participações de mercado são ainda mais insuficientes e limitadas quando o objetivo é apresentar um quadro completo do poder de mercado dos agentes da economia digital, uma vez que deixam de considerar diversas peculiaridades dos mercados digitais, como as externalidades de rede e os efeitos de *tipping*.

Isso porque, as informações extraídas do *market share* denotam apenas uma imagem estática do mercado, não provendo nenhum tipo de informação sobre o potencial de substituição na oferta ou novas entradas no mercado. A rigidez da análise de participações de mercado pode ainda gerar conclusões equivocadas acerca dos ecossistemas digitais relacionados ao produto analisado. Tal dificuldade é ainda maior “quando os mercados digitais são multifacetados, e especialmente quando apresentam produtos fornecidos a um preço zero”, pois “nenhuma métrica única de participação de mercado pode capturar adequadamente as realidades de um mercado”⁴ (OCDE, 2022a, p. 7)

Não obstante, coletando e organizando as experiências das autoridades antitruste na investigação e análise de mercados digitais, a OCDE (2022a) listou as principais características desse mercado que contribuem para a constituição de poder de mercado das empresas de tecnologia. A fim de delimitar e elucidar de forma breve os conceitos que serão utilizados nesse artigo, passa-se a análise das principais características dos mercados digitais.

As **externalidades** ou **efeitos de rede** indicam um dos principais traços da economia digital, especialmente quando o assunto são os **mercados de dois lados**, entendidos como plataformas que (i) ofertam serviços para dois ou mais grupos de consumidores; (ii) os quais precisam um do outro de alguma forma; (iii) mas não conseguem capturar valor dessa relação por conta própria; (iv) de modo a depender de uma plataforma facilitadora para criar valor das interações entre eles (SCHMALENSEE; EVANS, 2007). Nesses mercados, busca-se “obtenção de eficiências nos mercados de dois lados, mediante a produção dos chamados ‘efeitos de rede’,

⁴ Tradução livre de “[...] when digital markets are multisided, and especially when they feature products provided at a price of zero, no single market share metric can adequately capture the realities in a market.

assim entendidos os benefícios obtidos da coordenação propiciada pela interação de vários sujeitos com interesses compatíveis ou complementares” (FRAZÃO, 2018, p. 639).

Os efeitos de rede podem ser diretos ou indiretos. Os **efeitos de rede diretos** surgem quando um dos usuários de um produto ou serviço interage com outro, de modo que a quantidade de usuários guarda relação direta com a totalidade de consumidores que utilizam o mesmo produto ou serviço. Por sua vez, os **efeitos de rede indiretos** aparecem quando o crescimento da utilização de um serviço ou produto aumenta a atratividade da rede (BAGNOLI, 2016). Para melhor ilustrar o funcionamento dos efeitos de rede, Maurice Stucke (2018) faz uma interessante comparação com o serviço de telefonia: quanto mais pessoas compram telefones, mais pessoas se tornam disponíveis para ligação; por sua vez, uma maior quantidade de pessoas disponíveis para ligar aumenta o valor de possuir um telefone. Isto é, o valor de ter um telefone, da mesma forma que utilizar um serviço ou produto digital, está intrinsecamente relacionado a quantidade de consumidores que também usam o produto.

Em síntese, os “efeitos de rede ocorrem quando o valor de um produto ou serviço para um cliente aumenta quando o número de outros clientes que também o utilizam aumenta”⁵ (UE, 2016a, p. 75), permitindo o fortalecimento do poder de mercado do agente que captar um maior número de usuários nos mercados interligados. Como resultado dessa interligação entre duas ou mais pontas do mercado, as demandas de cada grupo acabam por gerar *feedback loops* (OCDE, 2017). Os *feedback loops* podem ocorrer de duas formas: (i) a partir de ciclos de feedback de usuários (*user feedback loops*), quando as empresas utilizam os dados destes para melhorar a qualidade de seu produto ou serviço, o que por sua vez atrai mais usuários; (ii) a partir de ciclos de feedback de monetização (*monetisation feedback loops*), os quais permitem que a receita gerada pelas empresas que utilizam a plataforma (por exemplo com publicidade) seja reinvestida na melhoria e qualidade de serviço e atração de novos usuários (FURMAN, 2019).

Através desse mecanismo, os dados coletados por uma plataforma da economia digital podem atuar como uma barreira, de modo que, ainda que a plataforma dominante não atue de forma a conscientemente impedir a entrada de novos concorrentes, o *feedback loop* pode reforçar sua dominância naturalmente, impedindo que os rivais ganhem novos usuários (OCDE, 2016).

Outro efeito de rede impulsionado pela coleta de dados é o *learning-by-doing*, que representa uma característica importante dos softwares e inteligências artificiais usadas pelas

⁵ Tradução livre de “Network effects occur when the value of a product or service for a customer increases when the number of other customers also using it increases”

empresas da economia digital na prestação de serviços. O termo quer dizer que quanto mais os usuários utilizam o serviço prestado, mais os algoritmos podem aprender com os consumidores, identificando suas preferências e particularidades. Um software ou IA mais desenvolvido, por sua vez, atrai novos usuários, reforçando o *feedback loop positivo* (STUCKE, 2018).

Essas características tornam o mercado suscetível aos efeitos de *tipping*, que ocorre com a consolidação definitiva de uma empresa dominante, de modo que o mercado naturalmente tenderá a um single-player, na lógica de “*winner takes all*”. Nesse sentido, mercados com “efeitos de *tipping* normalmente apresentam uma intensa competição pelo mercado no início, que depois se transforma em um provável longo período de baixa competição no qual o vencedor/monopolista aproveita as rendas do seu poder de mercado” (CADE, 2020a, p. 14). Deixa de ser uma competição no mercado e torna-se uma competição pelo mercado. Assim, um novo entrante dificilmente irá conseguir superar as barreiras representadas pelas **economias de escala** e pelo **controle de dados** (STIGLER COMMITTEE, 2019).

Não obstante, observa-se que em mercados de múltiplos lados, preços e poder de mercado dependem, entre outras coisas, se os clientes escolhem uma única plataforma (*single-homing*) ou usam mais de uma plataforma simultaneamente (*multi-homing*). Investigando o poder de mercado nesses casos, a Kate Collyer (OCDE, 2017, p. 4) apontou que “um mercado multifacetado pode ser menos propenso aos efeitos de *tipping* quanto mais diferenciada é a oferta de plataformas concorrentes e quanto mais clientes em um ou mais lados realizam *multi-homing*”⁶.

Outras características importantes do lado da demanda na economia digital são os **custos de troca** (*switching costs*) e o **comportamento do consumidor**. Nesses mercados, os **custos de troca** podem assumir diferentes formas, principalmente considerando que muitos serviços são ofertados a preço-zero, como por exemplo: a perda dos dados coletados, o tempo necessário para realizar cadastro em uma nova plataforma, a redução de funcionalidade de produtos relacionados em razão da ausência de interoperabilidade, a disposição para aprender novos sistemas e a necessidade de readquirir conteúdo específico. Aponta-se, contudo, que em certas circunstâncias, o nível de inovação ou dos novos recursos ofertados pelo entrante do mercado poderá superar os custos de troca, como aconteceu com o Myspace e o Facebook (OCDE, 2022a). Tais alterações bruscas na composição do mercado ligam-se a própria característica disruptiva dessas tecnologias.

⁶ Tradução livre de “A multi-sided market may be less likely to tip the more differentiated the offering from competing platforms and the more that customers on one or more sides multi-home”

A plataforma também poderá aumentar os custos de troca a partir instalação de um senso de lealdade a marca ou de estratégias de exploração do comportamento do consumidor (*behavioral biases*), tornando os consumidores menos receptivos a players alternativos. Esses vieses comportamentais, como o desconto hiperbólico, a impaciência e o autocontrole limitado, também são explorados para extrair os excedentes dos usuários finais e provedores de serviços, produtos ou conteúdo. Por exemplo, estratégias como “oferecer conteúdo viciante em momentos em que os consumidores não têm autocontrole aumentam o tempo gasto na plataforma e as vendas lucrativas de anúncios, mesmo que a plataforma diminua a qualidade do conteúdo”⁷ (STIGLER COMMITTEE, 2019, p. 87).

Tais estratégias – as quais, destaca-se, ensejam uma maior preocupação com o controle que tais plataformas tem sobre o consumidor – apenas são possíveis em decorrência de um dos principais diferenciais da economia digital: a coleta de dados. Não é por outra razão que as discussões acerca da economia digital costumam vir sempre acompanhadas da discussão sobre dados, ou o chamado “*Big Data*”. Segundo Vicente Bagnoli (2016, p. 73), o “*Big Data* pode ser entendido como a capacidade de coletar, processar e analisar um grande volume e uma grande variedade de dados em tempo suficiente para obter informações que dão ao titular a capacidade de estabelecer estratégias de negócios”⁸.

Como aponta a OCDE (2022), diversas autoridades concorrenciais ao redor do mundo já se manifestaram sobre a capacidade que a acumulação de dados tem para criar barreiras no mercado e aumentar o poder da empresa que os detém. Nesse sentido, cita-se a autoridade australiana, pelas considerações acerca do mercado digital tecidas no relatório “Australia Competition and Consumer Commission’s Digital Platforms Inquiry” (ACCC, 2019); a autoridade canadense em manifestação acerca da aquisição da Aucerna pela Thomas Bravo, ambas empresas que atuavam no mercado de desenvolvimento e oferta de softwares usados por produtores de óleo e gás, na qual entendeu haver barreiras à entrada em razão do que chamou de *costumer stickiness*, isto é, a alta possibilidade do consumidor retornar ao serviço ou produto que já utilizava (CANADA, 2019); a autoridade europeia, como visto na decisão do caso Google Shopping, na qual fez interessantes considerações sobre a exploração de dados e os efeitos de rede (UE, 2018); e a autoridade inglesa, no julgamento da aquisição da Farelogix pela

⁷ Tradução livre de [...] offering addictive content at moments when consumers lack self-control increase time spent on the platform and profitable ad sales even as the platform lowers the quality of content.”

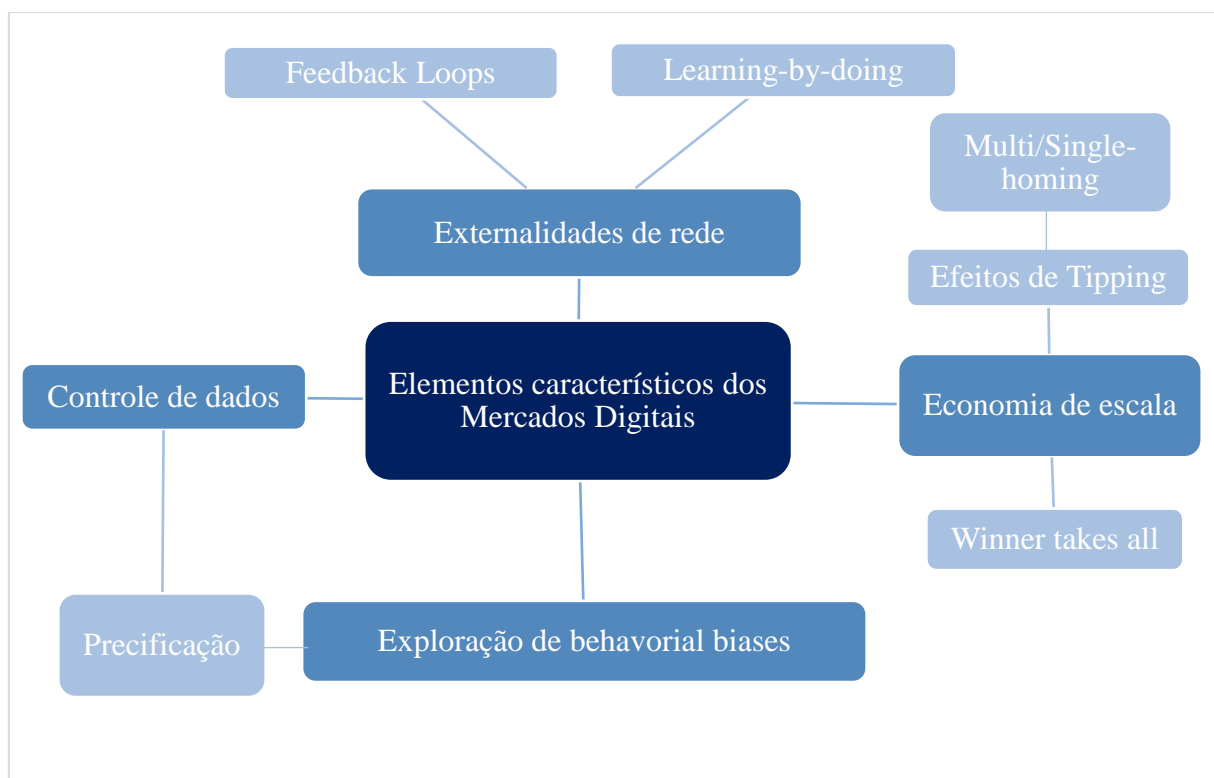
⁸ Tradução livre “Big Data can be understood as the ability to collect, process and analyze a large volume and a wide variety of data in sufficient length of time to obtain information that give the holder the capacity to establish business strategies”

Sabre, no mercado de soluções e serviços da tecnologia da informação para a reserva de voos online (CMA, 2020).

Verifica-se, portanto, que embora muitos serviços na economia digital sejam ofertados gratuitamente para os consumidores, isso não quer dizer que não haja um preço oculto a ser pago. A importância dos dados coloca-se justamente nesse sentido, uma vez que sua coleta e tratamento pode ser monetizada pela companhia através da publicidade ou venda de dados, bem como é importante para manter a qualidade do serviço, como visto neste tópico. Trata-se, portanto, de outra dificuldade de aferição de poder de mercado. Como observam Gal e Rubinfeld (2015, p. 49) “mercadorias gratuitas geralmente adicionam um nível de complexidade e exigem flexibilidade analítica e consciência, uma vez que as ferramentas tradicionais podem não lidar efetivamente com os desafios modernos”⁹.

De forma simplificada, os elementos característicos dos mercados digitais podem ser sintetizados e sistematizados da seguinte forma:

Figura 01 – Sistematização dos elementos característicos dos Mercados Digitais



Fonte: Elaboração própria (2022)

⁹ Tradução livre de “[...] free goods often add a level of complexity and require analytical flexibility and awareness, since traditional tools may not otherwise deal effectively with modern-day challenges”

Assim, considerando as características dos mercados digitais e a importância dos dados para o modelo de negócio das grandes empresas de tecnologia, passa-se a analisar de que forma tais peculiaridades podem causar danos aos usuários.

2.2. NOVAS TEORIAS DO DANO E A IMPORTÂNCIA DOS DADOS NA ECONOMIA DIGITAL

As teorias do dano no direito concorrencial descrevem as razões pelas quais uma determinada conduta ou operação pode ensejar efeitos anticompetitivos e prejudicar os consumidores, buscando garantir a proteção do bem-estar do consumidor (KIRA; COUTINHO, 2021). A delimitação e definição das teorias do dano pelas autoridades concorrenciais garante maior consistência lógica nas abordagens internas para avaliação do comportamento anticompetitivo e mitiga preocupações especulativas no processo de avaliação (WALKER; ZENGER, 2012).

As teorias do dano são especialmente importantes quando o assunto são os mercados digitais. Como disposto no tópico anterior, existe uma dificuldade da apuração de poder de mercado no âmbito da economia digital, vez que “dada a coexistência de variados modelos de negócio, os mercados digitais costumam ter fronteiras fluídas, que dificultam a tarefa de definir de forma precisa os mercados relevantes para fins de análise antitruste”¹⁰. Assim, consoante afirmou a Comissão Europeia em relatório especializado, “nos mercados digitais, devemos dar menos ênfase à análise da definição de mercado e mais ênfase nas teorias de dano e identificação de estratégias anticompetitivas”¹¹ (CRÉMER; MONTJOYE; SCHWEITZER, 2019, pp. 3-4).

Maurice Stucke (2018), partindo de uma abordagem focada em dados, vai além dos serviços a preço-zero e identifica diversos potenciais danos concorrenciais envolvendo os mercados digitais, em especial aqueles que baseiam seu modelo de negócios no Big Data. São eles: (i) redução da qualidade; (ii) riscos de segurança e *surveillance*; (iii) transferência de riquezas nos dados-pólios (*data-opolies*); (iv) perda da confiança; (v) a imposição de custos desnecessários e significativos a terceiros; (vi) redução da inovação em mercados dominados pelos dados-pólios; (vii) preocupações sociais e morais; (viii) preocupações políticas.

¹⁰ Ato de Concentração 08700.001796/2020-94 (Bom Negócio/Zap). J. 15.09.2020

¹¹ Tradução livre de “[...] less emphasis on analysis of market definition, and more emphasis on theories of harm and identification of anti-competitive strategies.

Por sua vez, Kira e Coutinho (2021), com um enfoque mais amplo e geral, estruturam as teorias do dano em torno de quatro problemas concorrenciais: (i) aumentos de preços não monetários; (ii) redução da qualidade; (iii) redução da escolha e efeitos deletérios na inovação; (iv) tratamento preferencial de certos produtos ou serviços. Verifica-se que enquanto alguns danos potenciais correspondem nas abordagens teóricas, cada autor traz também um conjunto diferente de preocupações, os quais serão analisados nesse tópico.

Iniciando com os pontos convergentes, tem-se a redução da qualidade. Essa abordagem pressupõe a privacidade como uma dimensão da qualidade do produto ou serviço ofertado nos mercados digitais. Nessa lógica, os consumidores poderiam ser prejudicados se uma plataforma passasse a coletar mais dados ou combinasse seus dados com os de outra empresa após uma aquisição ou fusão (FERNANDES, 2022). Assim, considerando que a dimensão preço não teria tanta relevância onde os mercados ofertam serviços e produtos a preço-zero, entende-se que o tradicional teste do monopolista (pequeno porém significativo e não transitório aumento de preço) poderia ser alterado a partir de uma métrica da privacidade (pequena porém significativa diminuição não transitória na proteção da privacidade) (STUCKE, 2018, p. 287).

Não se nega que a coleta de dados pode aumentar a qualidade do serviço prestado, uma vez que os softwares e sistemas de inteligência artificial tendem a ser aperfeiçoados quanto mais usuários interagem com ele. Contudo, conquanto possa aumentar a qualidade em alguns aspectos, no que tange a privacidade, observa-se que “empresas dominantes têm em geral incentivos para adotar configurações de privacidade mais baixas” (KIRA; COUTINHO, 2021, p. 8).

Não é por outra razão que a Comissão Europeia no caso Microsoft/ LinkedIn afirmou que a privacidade de dados era um importante parâmetro de competição no mercado de redes sociais (UE, 2016b). Além disso, sustentou que “os efeitos de fechamento de mercado poderiam levar a marginalização de um competidor existente que oferte níveis mais altos de proteção à privacidade para os usuários do que o LinkedIn”¹² (UE, 2016a, pp. 76-77), ou a criar barreiras à entrada que impeçam novos competidores com maiores eficiências em privacidade de entrar no mercado, de modo que a transação iria restringir o poder de escolha do usuário.

A degradação da qualidade também pode ser observada quando existe pouca pressão competitiva para tornar clara e objetiva a política de privacidade (STUCKE, 2018). Sobre o assunto, em investigação realizada pela Bundeskartellamt (2017b) apurou-se que o Facebook

¹² Tradução livre de “[...] these foreclosure effects would lead to the marginalisation of an existing competitor which offers a greater degree of privacy protection to users than LinkedIn”

coletava dados pessoais dos usuários ainda que estes não estivessem usando a rede social. Isso porque, os mecanismos de tracking do Facebook conseguem coletar dados mesmo quando “o usuário não pressiona o ‘botão de curtida’, mas entra em um site no qual esse botão está incorporado” (BUNDESKARTTELLAMT, 2017b). E ainda que essas informações fossem apresentadas de forma transparente, o inexistente poder de barganha do consumidor em um cenário “*take it or leave it*” torna a opção de não consentir com o tratamento uma opção inviável (STUCKE, 2018).

Outro possível dano relaciona-se a redução da escolha e da inovação em mercados que tendem ao monopólio. Como visto no tópico anterior, ainda que não existam custos monetários de troca, ou estes sejam muito baixos, existem outros custos envolvidos que desestimulam a efetiva troca de plataformas pelo fornecedor – por exemplo, os efeitos de rede envolvidos, a quantidade de mídia que o usuário teria de abandonar e a dificuldade de se desvincular de um serviço quando se está inserido em um ecossistema da mesma empresa (COYLE, 2019). Tais efeitos mitigam a possibilidade de escolha do consumidor e consolidam a dominância das plataformas (*winner-takes-all* ou *winner-takes-most*).

Na perspectiva da inovação, em posições dominantes, as grandes empresas, ao determinar quem tem acesso aos seus dados, podem eliminar do mercado qualquer competidor que se colocasse como uma ameaça competitiva em termos de inovação ou mesmo adquirir potenciais entrantes antes que possam apresentar significativas pressões competitivas (STUCKE, 2018). Nesse cenário, a falta de competição no mercado pode sufocar a inovação, obstando a criação de incentivos para a melhoria dos produtos ou serviços.

Quando os mercados tendem ao monopólio, a empresa dominante poderá também impor custos desnecessários significativos à terceiros através de práticas anticompetitivas, como “(i) negociação exclusiva para impedir que rivais acessem dados críticos, (ii) alavancar sua vantagem de dados em um mercado regulamentado para outro mercado e (iii) aumentar os custos de troca dos clientes”¹³ (STUCKE, 2018, p. 301).

Outro fator que prejudica a competição é a priorização de serviços e produtos próprios (*self-preferencing*). Esse dano está intrinsecamente relacionado à estrutura integrada do mercado digital, que através de ecossistemas ou da utilização de posição dominante em um mercado para afetar um outro mercado correlato possibilita a utilização de estratégias exclusionárias (KIRA; COUTINHO, 2021). Nesse sentido, a prestação de serviços intermediários, como fazem os

¹³ Tradução livre de “[...] (i) exclusive dealing to prevent rivals from accessing critical data, (ii) leveraging its data-advantage in a regulated market to another market, and (iii) increasing customers’ switching costs”

gatekeepers também geram preocupações, uma vez que a “crescente dependência de alguns intermediários poderosos dá origem a possíveis mudanças na dinâmica do mercado. Esses *gatekeepers* controlam muitos pontos de acesso significativos e, como resultado, têm o poder de distorcer a concorrência”¹⁴ (EZRACHI; STUCKE, 2016, p. 136).

Igualmente, as plataformas dominantes poderão impor custos e extrair riquezas dos usuários dos mercados digitais. Primeiro, a plataforma dominante ou *adopólio* pode extrair riqueza ao coletar dados pessoais sem a devida compensação aos usuários, ainda que os dados valham muito mais que o serviço prestado. Além da coleta de dados, diversas plataformas se beneficiam do tempo que seus usuários passam nas plataformas. Por exemplo, para redes sociais, a produção de conteúdo pelos usuários é o que torna a rede tão atrativa para os demais, de modo que poder-se-ia dizer que os usuários quase trabalham de graça para a plataforma – o que demonstra também a relevância dos efeitos de rede. Ademais, uma plataforma pode gerar mais custos ao usuário quando aumenta os valores na outra ponta do mercado (ex. as taxas de anunciantes), aumento esse que pode eventualmente ser repassado ao consumidor final (STUCKE, 2018).

Assim, quando os dados pessoais não são compensados e a privacidade é reduzida, o consumidor poderá perder a confiança no mercado. Além dos potenciais danos já expostos, Stucke (2018) discorre sobre outros problemas relacionados à coleta de dados, como riscos de segurança e *surveillance* e preocupações morais, sociais e políticas. Considerando que grande parte dos danos apontados envolve a utilização de dados pelo governo, fugindo ao escopo do mercado – que é o foco desta monografia – estes potenciais danos não serão aprofundados.

Ante ao exposto, cumpre verificar “se” e “de que forma” tais teorias são aplicadas no âmbito da atuação em controle de estruturas do Conselho Administrativo de Defesa Econômica e da Comissão Europeia. Contudo, antes de partir para a análise de casos, cabem fazer algumas considerações sobre o papel do Big Data no diálogo entre o direito concorrencial e a proteção de dados, uma vez que, como visto, diversas das teorias do dano tem como origem a exploração de dados como forma de monetização dos serviços prestados pelas empresas de tecnologia.

¹⁴ Tradução livre de “The increased reliance on a few powerful intermediaries gives rise to possible changes in market dynamics. These *gatekeepers* control many significant access points and, as a result, have the power to distort competition”

3. O NECESSÁRIO DIÁLOGO ENTRE A PROTEÇÃO DE DADOS E O DIREITO CONCORRENCIAL

Consoante estudo do Centro de Tecnologia da Informação Aplicada da Fundação Getúlio Vargas (2022), os consumidores estão cada vez mais conectados à rede, de modo que cada habitante do Brasil tem em média 2 (dois) dispositivos móveis com acesso à internet. Com efeito, a exposição desses consumidores em quantidades massivas a plataformas e sites que coletam e tratam dados gera tanto preocupações relativas à proteção de dados e privacidade, como preocupações concorrenciais.

Nesse contexto, a coleta e tratamento de dados é impulsionada pelo modelo de negócios adotado por grande parte das empresas de tecnologia, no qual os serviços são ofertados sem nenhum custo monetário aos usuários. Nesses mercados a preço-zero – mercados que naturalmente tendem a concentração, principalmente em decorrência dos efeitos de rede e *tipping* – a preocupação é de que as empresas dominantes possam abusar do seu poder de mercado, criando barreiras à entrada através da exploração de dados e prejudicando a privacidade dos consumidores.

A preocupação é ainda maior considerando o crescimento observado na quantidade de aquisições e fusões nesse mercado (OCDE, 2015), que pode ser usado como estratégia para a concentração de dados. No caso do Facebook, observou-se que entre nos últimos anos a empresa buscou fazer uma série de compras estratégicas. Primeiro, comprou o aplicativo de segurança Onavo, para rastrear a atividade de usuários em smartphones, o que o possibilitou monitorar diversas ameaças potenciais à sua rede social. Foi utilizando esse aplicativos que identificou e comprou o “Instagram”, rede social para o compartilhamento de fotos, em 2012, o aplicativo de serviços de mensagens “whatsapp” em 2014 e o aplicativo de pesquisa social “TBH” em 2017. E mesmo quando teve uma proposta de compra recusada, como no caso do “Snapchat”, o Facebook adaptou os seus serviços para clonar os recursos de maior sucesso do aplicativo e assim ganhar essa parcela do mercado (SMITH, 2018)

Seguindo a mesma tendência, verificou-se que entre 2007 e 2017, Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft fizeram juntas um total de 436 (quatrocentas e trinta e seis) aquisições, somando um valor total de 131 (cento e trinta e um) bilhões de dólares (LAITENBERGER, 2017). A motivação para essa corrida por aquisições no mercado digital pode ser melhor compreendida quando se considera que a informação originada pelo *Big Data* não está disponível para todas as plataformas na mesma quantidade e qualidade (BAGNOLI, 2016), uma vez que um grande fator atrativo para os usuários das plataformas digitais é a

quantidade de usuários que utilizam o mesmo serviço ou que atuam na outra ponta do mercado, criando um *feedback loop* que dificulta a consolidação de entrantes. Nesse cenário, os dados de usuários garantem uma vantagem competitiva para aqueles que o detém, permitindo antecipar os próximos passos do consumidor.

Consoante apontado pelas autoridades francesa e alemã, existem três preocupações principais relacionadas aos mercados digitais e a exploração de dados: (i) a criação de barreiras à entrada e o reforço do poder de mercado; (ii) a falta de transparência que impacta o funcionamento do mercado; (iii) os diversos tipos de condutas relacionadas a dados que levantam preocupações concorrenciais, como a recusa de acesso ou acesso discriminatório, os contratos de exclusividade, as vendas casadas, o compartilhamento de base de dados, a deterioração da qualidade e a discriminação de preços (AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE; BUNDESKARTELLAM, 2016, p. 11).

Ao mesmo tempo, não se pode negar que, bem utilizada, “a análise de big data pode aumentar a produtividade econômica e melhorar os serviços ao consumidor e ao governo” (THE WHITE HOUSE, 2014, p. 5). De fato, ao mesmo tempo que o tratamento de dados levanta preocupações sobre a privacidade dos usuários, bem como a possibilidade de exercer abuso de poder dominante daquela plataforma que coleta dados em larga escala, esse mesmo tratamento permite a inovação e o ganho de eficiências nos mercados digitais, possibilitando o melhoramento e adequação dos sistemas e *softwares*. Trata-se, pois, de uma linha tênue entre a regulação e o impulsionamento do mercado, como conclui a OCDE (2017, p. 52)

Esta é ainda uma área de elevada complexidade e incerteza, onde a falta de intervenção e o excesso de regulamentação podem representar custos sérios para a sociedade, especialmente devido aos benefícios potenciais dos algoritmos. Quaisquer que sejam as ações a serem tomadas no futuro, elas devem ser sujeitas a uma avaliação profunda e uma abordagem cautelosa¹⁵

Tal situação levanta a questão de saber se a lei da concorrência deve remediar ou de alguma forma intervir na coleta de dados, bem como de entender qual seria o papel da privacidade na análise concorrencial, em especial no controle de estruturas. Cumpre também verificar até onde a intervenção do antitruste é bem-vinda e quais são os limites de atuação das autoridades da concorrência, uma vez que muitas jurisdições, como União Europeia e Brasil, dispõe de legislações e autoridades com competências específicas para as matérias de proteção de dados pessoais.

¹⁵ Tradução livre de “This is still an area of high complexity and uncertainty, where lack of intervention and over regulation could both pose serious costs on society, especially given the potential benefits from algorithms. Whatever actions are taken in the future, they should be subject to deep assessment and a cautious approach”

Com essas ponderações em mente, passa-se a analisar a introdução do parâmetro de privacidade na análise concorrencial, que encontra alguns obstáculos na dificuldade de valoração dos dados (3.1), bem como de que forma a regulação antitruste e a proteção de dados podem interagir para mitigar eventuais potenciais danosos no mercado digital (3.2)

3.1. PRIVACIDADE NO DIREITO DA CONCORRÊNCIA E DIFICULDADE NA VALORAÇÃO DE DADOS

Em um cenário de condições perfeitas, presume-se que os usuários são capazes de conscientemente atribuir valor econômico aos seus dados. Assim pode-se entender que quando optam por renunciar o controle deles para obter um produto ou serviço oferecido pela plataforma, eles realizam uma avaliação interna dos custos e riscos envolvidos nessa escolha (FERNANDES, 2021). A princípio, a diferença do valor atribuído aos dados pelo consumidor e pela plataforma digital não é uma preocupação concorrencial por si só, já que todos os mercados buscam operar com uma margem de lucro (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

Contudo, a intervenção das plataformas dominantes no mercado de dados e a coleta massiva de informações pessoais para criar condições mais favoráveis à sua atuação, gera uma falha no mercado que impede a adequada compensação dos usuários e reduz a sua privacidade (ECONOMIDES; LIANOS, 2020). Para Noberg, Horne e Horne (2007), tal situação pode ser atribuída ao “Paradoxo da Privacidade”, pelo qual os consumidores tendem a trocar seus dados por serviços que não correspondem ao valor que afirmam dar a sua privacidade.

Buscando ilustrar a falha de mercado causada pela exploração de dados de usuários, pelo qual informações pessoais são coletadas pelas plataformas sem a devida compensação, Ionnis Lianos e Nicholas Economides (2020) realizam análises de três situações hipotéticas distintas, sob condições perfeitas de informação, quais sejam: (i) do requerimento predefinido de “*opt-in*”, na qual os dados são automaticamente coletados a partir do momento em que a plataforma disponibiliza seu serviços para o usuário, como se viu nos modelos de negócios das grandes empresas do Big Data; (ii) da inexistência de requerimento, em situação de efetiva competição pelos dados pessoais no mercado, na qual o requerimento predefinido é aquele do “*opt-out*”, isto é, a plataforma não está autorizada a utilizar a informação coletada do usuário a não ser que este expressamente tenha consentido; (iii) da inexistência de requerimento automático, sendo a regra o regime de “*opt-out*”, no qual a empresa com poder dominante é

um monopolista que realiza perfeita discriminação de preços¹⁶, diferenciando-se do segundo pelo grau de competição dentre os compradores de informações pessoais.

Para a análise, os autores utilizaram o Google como plataforma dominante no mercado, e definiram um conjunto de três variáveis. A variável “x” é definida pelo valor que o particular está disposto a pagar o Google pelos seus serviços, sendo x maior que zero ($x > 0$). A variável “y” é definida como o valor dos dados pessoais para o Google, sendo y maior que zero ($y > 0$). Por fim, a variável “z” é definida como o custo ou perda de valor para o usuário de suas informações pessoais quando a privacidade é perdida. Repise-se que toda a análise é feita sob condições perfeitas de informação, situação onde o consumidor tem consciência de quanto valem os seus dados, bem como os serviços prestados (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

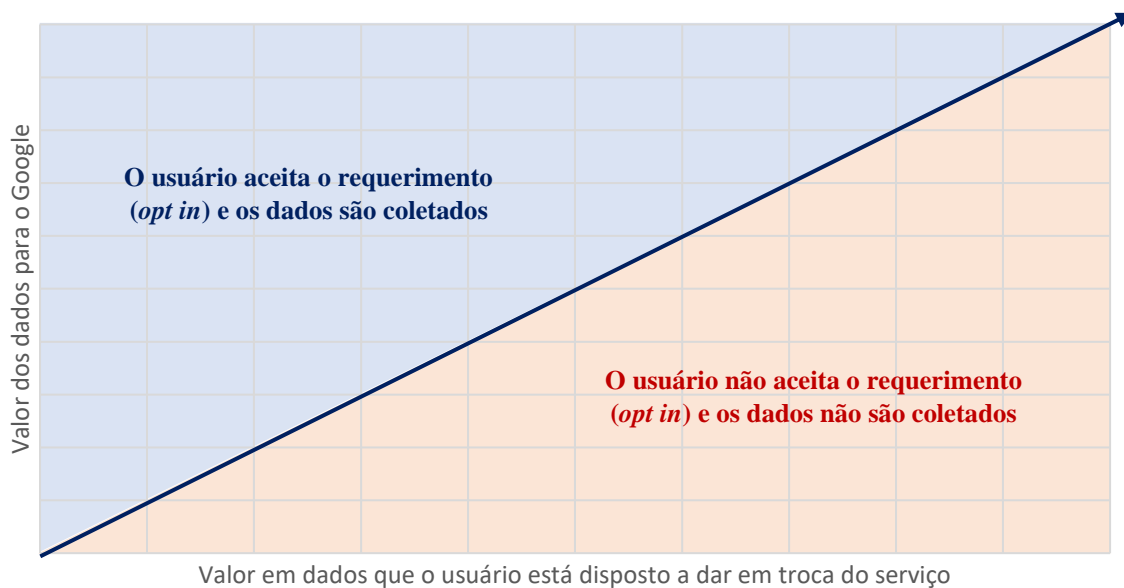
No primeiro cenário, entende-se que o usuário aceita o requerimento de “opt-in” apenas se o valor que ele dá aos serviços prestados pela plataforma (x) é maior que o seu custo de perda de privacidade (z). Logo, o ganho do consumidor ($CS = x - z$) deve ser maior que zero. Nesse regime, o Google é capaz de alavancar o valor que o consumidor recebe da utilização do serviço para induzi-lo a aceitar o requisito e, assim, receber um benefício financeiro (y). Em se tratando de economias de escala, uma vez que a plataforma está em operação, não há custos adicionais por servir um consumidor, pelo contrário, a utilização da plataforma gera ainda mais valor ao produto, uma vez que permite o desenvolvimento da precisão do software ou outra tecnologia utilizada. Contudo, se o benefício para o consumidor for menor que o custo da perda de privacidade ($x < z$), este não aceitará o requerimento e deixará de usar o instrumento de busca do google e de prover dados pessoais, não gerando benefício também para o Google ($y = 0$) (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

A fim de facilitar a visualização desses modelos, apresenta-se abaixo gráfico com ilustração simplificada do cenário descrito pelos autores¹⁷:

¹⁶ A discriminação de preços pode ser entendida como estratégia pela qual o vendedor estipula diferentes preços para diferentes consumidores para o mesmo produto ou serviço baseando-se na avaliação do que cada um dos consumidores estaria disposto a pagar.

¹⁷ Frise-se que os gráficos apresentados nessa monografia **não têm o intuito de ilustrar integral e fielmente as funções elaboradas por Economides e Lianos**, uma vez que as funções consideram diversas variáveis, apresentando um nível de complexidade muito maior do que os gráficos efetuados para este trabalho. O que se busca representar no gráfico, sem intenção de exatidão de proporções, é a interação entre o valor atribuído aos dados pessoais tanto pela plataforma, quanto pelo usuário, deixando claro o momento em que esses valores se coincidem, bem como as demais situações onde há uma incompatibilidade entre a valoração desses dados. Nesse sentido, os gráficos buscam também representar o impacto da distorção de mercado na valoração de dados e na escolha do consumidor (Figuras 2,3 e 4).

Figura 02 – Análise da disposição do consumidor em aceitar o requerimento de *opt in* sob condições de perfeita informação

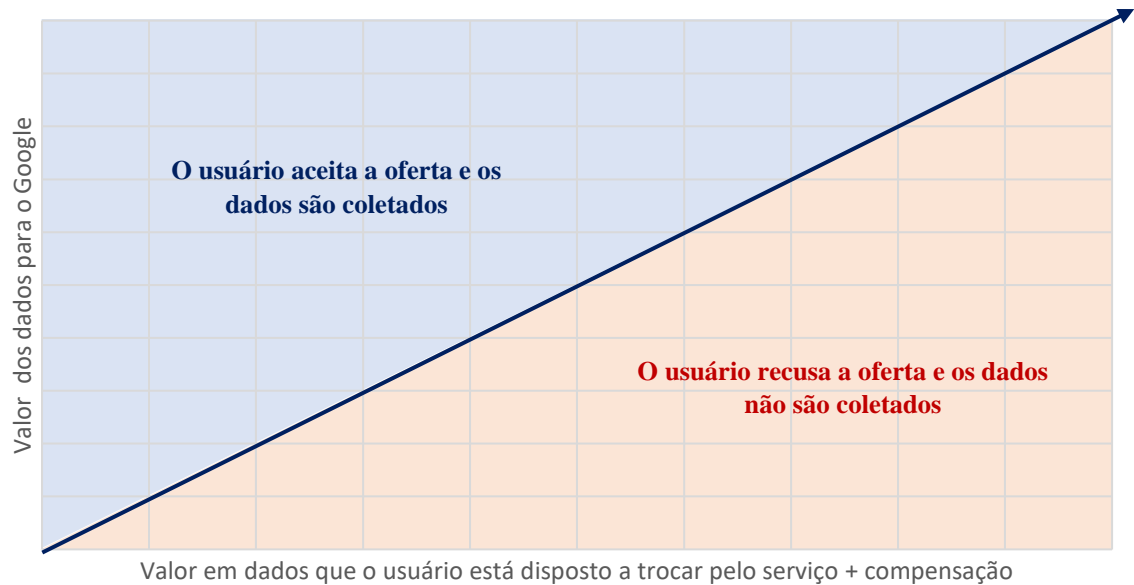


Fonte: Elaboração própria (2022), baseado em interpretação livre dos cenários elaborados por Economides e Lianos (2020)

Por sua vez, o segundo cenário considera a situação onde o “*opt out*” é a praxe do mercado. Nesse regime, o usuário pode utilizar os serviços do Google, mas não dar o direito de utilização dos seus dados pessoais, sendo sua escolha permitir ou não a coleta. Assim, o Google cobrará um preço pela utilização dos seus serviços (p_1) e pagará um preço personalizado pela utilização dos dados pessoais do usuário (p_2). Assume-se que a rivalidade do mercado faz com que a competição ofereça seus serviços a preço-zero ($p_1 = 0$). Ademais, entende-se que o Google apenas estaria disposto a pagar pelos dados até o máximo de valor que pode gerar pelo seu tratamento ($G = y - p_2$) e o consumidor estaria disposto a vender seus dados quando o preço de sua privacidade (z) somada a compensação a ser paga pelo Google (p_2) fosse maior ou igual ao valor de seus dados ($CS = x - z + p_2$). Contudo, como trata-se de um mercado competitivo, conclui-se que todas as empresas estarão dispostas a comprar os dados pelo seu máximo (y), resultando em nenhum benefício para as mesmas e o Google ($G = 0$). Desse modo, o usuário apenas irá aceitar o tratamento de dados quando o valor dado a sua privacidade for menor do que o valor a ser pago pelo Google ($y > z$). Esse cenário é mais favorável aos usuários e desfavorável ao Google, uma vez que dá aos usuários mais opções e evita que estes fiquem restritos ao requerimento pré-definido de “*opt-in*” (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

A fim de facilitar a visualização desse cenário, de modo simplificado, assim como no cenário anterior, apresenta-se o gráfico abaixo:

Figura 03 – Análise da disposição do consumidor em aceitar o tratamento dos dados em um cenário sem requerimento e em condições de perfeita informação e concorrência



Fonte: Elaboração própria (2022), baseado em interpretação livre dos cenários elaborados por Economides e Lianos (2020)

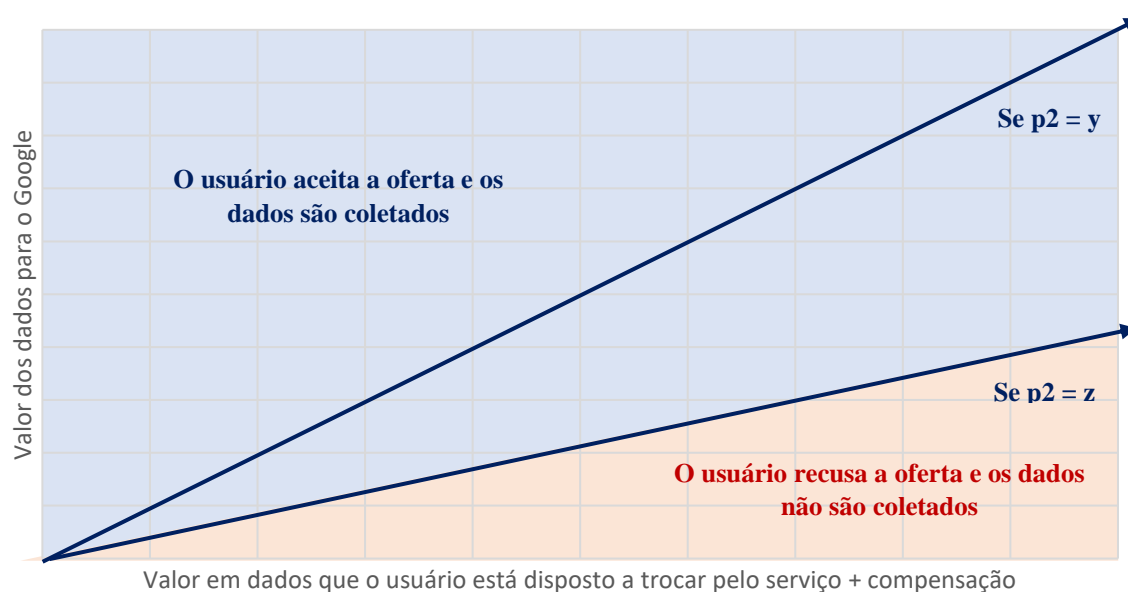
No terceiro cenário hipotético, o Google aparece como um monopolista no mercado de dados pessoais, podendo cobrar um preço pelo serviço de busca (p_1) e pagar um preço pelo fornecimento de dados pessoais (p_2). Assume-se que o preço da pesquisa pode não extrair totalmente o benefício de busca pelo usuário, dada a concorrência com navegadores rivais, de modo que ao utilizar o sistema do Google, mas não permitir que use seus dados, o usuário tem um benefício relativo ao valor dos seus dados ($x - p_1$). O preço cobrado pelo Google será igual ao valor dos dados para o usuário (x), considerando para o cálculo uma discriminação de preços (k). Dessa forma, o usuário se beneficia da busca (x), paga um preço por ela ($p_1 = kx$), perde privacidade (z) e recebe um pagamento do Google como compensação pela venda de seus dados (p_2). Em contrapartida, o Google recebe os dados pessoais e dá a eles um valor (y), cobra outro valor por seu serviço de busca (p_1) e compensa os usuários pelos dados (p_2). Assim, quando o valor dos dados pessoais ultrapassar o valor da perda de privacidade para o usuário ($y > z$), o Google poderá ofertar até o seu valor máximo em troca desses dados (y) (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

Contudo, deve-se considerar que nesse cenário o Google detém posição dominante e conhece tão bem seus usuários que poderá praticar preços discriminatórios no mercado, isto é, poderá oferecer o menor valor possível para que determinado usuário aceite sua oferta e permita

a coleta de seus dados, tornando o excedente do consumidor ligeiramente superior ($CS = x(1 - k)$). Dessa forma, em contraste com o regime anterior onde o Google oferecia o preço máximo em relação ao valor dos dados ($p_2 = y$), nesse caso a companhia poderá oferecer o preço mínimo, isto é, o valor que o usuário dá a sua privacidade ($p_2 = z$). Nesse cenário, portanto, os usuários que valoram a privacidade menos do que o serviço prestado, receberão, em razão da discriminação de preços, exatamente o valor que dão a sua privacidade. Para os usuários que valoram sua privacidade mais que o serviço prestado, a oferta do Google não será aceita, de modo que os dados não serão tratados. (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

A fim de facilitar a visualização desse cenário, de modo simplificado, apresenta-se o gráfico abaixo:

Figura 04 – Análise da disposição do consumidor em aceitar o tratamento dos dados em um cenário sem requerimento e em condições de perfeita informação e monopólio



Fonte: Elaboração própria (2022), baseado em interpretação livre dos cenários elaborados por Economides e Lianos (2020)

A análise dos três cenários dispostos acima permite extrair conclusões importantes acerca do valor dos dados, tanto da perspectiva do usuário como da perspectiva da empresa que os coleta. Primeiro, verifica-se que em um regime de *opt-in*, no qual os dados são automaticamente coletados a partir do momento que começa a utilizar os serviços, o usuário tem muito menos controle sobre os seus dados e não é possibilitado não consentir com a sua coleta e tratamento. Segundo, nota-se que, mesmo em um regime de *opt-out*, quando a concorrência no mercado não é suficiente, os usuários não serão adequadamente compensados

por seus dados. Por fim, verifica-se o papel central que os dados dos usuários desempenham na valoração desses mesmos dados, já que as informações coletadas permitem a plataforma definir o perfil do consumidor e impor preços discriminatórios a fim de pagar o menor valor possível – e não o que realmente valem os dados.

Não obstante as inferências extraídas, a análise feita em condições de perfeita informação e competição desconsidera dois fatores essenciais para entender uma potencial atuação abusiva das plataformas digitais: (i) que as características do mercado onde atuam dificulta a competição, uma vez que externalidades de rede, economias de escala e concentração de dados tendem a criar um cenário propício ao monopólio, onde mesmo que o consumidor valore seus dados em níveis acima do que a plataforma se dispõe a pagar, este não teria outra escolha a não ser comprometer a sua privacidade ou ficar excluído de serviços essenciais; (ii) que em muitos casos os consumidores não sabem o valor dos seus dados e muito menos o valor dos serviços que lhe estão sendo prestado, não sendo capazes de racionalmente realizar esse sopesamento.

Soma-se isso a falta de transparência dos agentes de tratamento de dados acerca dos tipos, quantidade e finalidade dos dados tratados. Os usuários também não têm acesso ao valor pelo qual seus dados são vendidos, seja para anunciantes, seja para outras empresas. Dessa forma, “ao manter as políticas de privacidade deliberadamente vagas, os provedores de serviços dificultam que os consumidores avaliem o valor real de seus dados”¹⁸ (OCDE, 2016, p. 25).

Ao receber um benefício imediato pelo serviço prestado a custo zero, muitas vezes o consumidor não tem a consciência da extração de suas informações a longo prazo, inclusive desconhecendo como e por quem os seus dados serão utilizados (OCDE, 2016). Existe uma assimetria informacional entre o consumidor e a plataforma, e como resultado tem-se que dificilmente o usuário poderá usar do poder de barganha para buscar a devida compensação pelos seus dados.

Outrossim, a exploração de dados pessoais pode ainda resultar em coerção econômica decorrente da dependência do usuário ou dos efeitos de *lock-in*. Nesse sentido, o usuário não terá outra escolha a não ser consentir para que a plataforma colete e use seus dados em troca da autorização para gozar do serviço provido pelo controlador de dados (STUCKE, 2018). Outro fator que dificulta a valoração dos dados são as diferentes finalidades de tratamento, o tempo de coleta realizada e a possibilidade de combinação com outras informações para geração de um perfil mais detalhado sobre o consumidor (FERNANDES, 2021).

¹⁸ Tradução livre de “[...] by keeping privacy policies deliberately vague, service providers make it difficult for consumers to evaluate the real value of their data”

Nesse contexto, a introdução de legislações específicas para a proteção de dados se mostrou como um passo positivo para a imposição de limites ao tratamento abusivo de dados. Como exemplo, cita-se a LGPD brasileira e o RGPD europeu. Os normativos buscam garantir maior controle sobre as informações fornecidas pelos usuários, estabelecendo regras para os agentes de tratamento de dados e impondo sanções e multas em casos de descumprimento. Tais regras buscam impedir os cenários onde uma plataforma pode indiscriminadamente impor o requerimento de *opt-in* e o tratamento automático de dados, como exposto por Economides e Lianos (2020), exigindo que as empresas requeiram do particular consentimento para o tratamento de dados. Tais normativos, entretanto, não chegam a implementar os cenários de *opt-out*, pois mesmo em vigor, os usuários continuam não sendo compensados por seus dados.

As referidas legislações podem atuar como um parâmetro para a aferição da adequação da coleta de dados e do respeito a privacidade do usuário, entretanto, não parecem ser capazes, por si só, de endereçar todos os problemas aqui elencados. Afinal, como se pode exigir um consentimento inequívoco, claro e adstrito às finalidades específicas, quando esse consentimento é limitado a um complexo processo de valoração dos dados, a um limitado poder de barganha e escolha do usuário, a coerção econômica, a efeitos de *lock-in* e a uma assimetria informacional?

Ao tratar a proteção de dados como um direito subjetivo do usuário, as leis deixam de considerar que existe uma falha fundamental no mercado que impede a concretização desse direito (ECONOMIDES; LIANOS, 2020). Nesse contexto, a cooperação entre proteção de dados e direito concorrencial é possível quando se considera que um elemento essencial na análise antitruste é o bem-estar dos consumidores (*consumer welfare*) e que os serviços a preço zero, embora não imponham custos imediatos ao consumidor, podem gerar grandes custos no futuro, especialmente no que tange a privacidade do usuário. Como bem aponta Ana Frazão (2019) tal fato justifica “a ampliação do conceito de bem-estar do consumidor para além da eficiência econômica, resgatando a importância da proteção ampla do consumidor tanto diretamente [...] como indiretamente - por meio da tutela do próprio processo competitivo.”

Assim, considerando o relevante papel da privacidade na análise antitruste de mercados digitais e partindo de um conceito amplo de bem-estar do consumidor, cumpre verificar de que forma o diálogo entre proteção de dados e o direito concorrenciais pode acontecer, assim como o que pode ser feito para mitigar os efeitos anticompetitivos e prejudiciais aos consumidores da concentração de dados.

3.2. DIÁLOGO ENTRE PROTEÇÃO DE DADOS E O DIREITO ANTITRUSTE: O QUE PODE SER FEITO?

A proteção de dados, o direito do consumidor e a defesa da concorrência se interligam nos mercados em que os dados são o fator crucial para a dominância econômica de uma empresa (BUNDESKARTELLAMT, 2017a). Embora tradicionalmente a regulação concorrencial tenha sido feita de forma desarticulada com a proteção de dados, o surgimento e avassalador crescimento de plataformas que borram a linha entre o antitruste e a proteção de dados cria um terreno fértil para a articulação entre as duas regulações (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

Entende-se que essa articulação é possível através das várias sinergias fundamentais entre os dois campos, de modo que as intervenções nos mercados digitais podem ser estruturadas de uma forma que satisfaçam o objetivo de ambos. Ao discorrer sobre esse tema, a autoridade da concorrência do Reino Unido (CMA) juntamente com a autoridade de proteção de dados dos países (ICO) enumeraram três grandes categorias de sinergias entre a proteção de dados e o direito da concorrência, quais sejam: (i) controle e escolha do usuário; (ii) o papel de padrões e regulamentos claros para proteger a privacidade e garantir competição efetiva; (iii) intervenções relacionadas a dados para promover a competição (CMA; ICO, 2021).

Quanto a primeira sinergia, as autoridades aduzem que a escolha e o controle significativos dos usuários são fundamentais tanto para a proteção de dados como para a concorrência. Quando o consumidor pode fazer uma escolha genuína acerca de abrir mão de sua privacidade para fazer uso dos serviços prestados, atinge-se tanto os objetivos da concorrência como da proteção de dados. Nesse cenário a concorrência efetiva pode permitir proteções de privacidade mais fortes, pois os fornecedores passarão a competir em pé de igualdade para captar seus clientes e buscarão ofertar as políticas mais benéficas a fim de atraí-los. Em estudo realizado pelas autoridades, verificou-se que a incidência de termos de “take it or leave it” é particularmente aguda nos mercados em que uma plataforma é dominante, obstando a escolha do usuário, o que por sua vez prejudica ou até mesmo impossibilita o controle dos seus dados (CMA; ICO, 2021)

Ademais, as autoridades entendem ser fundamental o papel de padrões e regulamentos claros para proteger a privacidade e garantir que as pressões competitivas atuem de modo a impulsionar inovações e beneficiar os usuários, ao invés de encorajar comportamentos que prejudiquem a privacidade e a proteção de dados. Devidamente reguladas, as pressões competitivas poderiam ser utilizadas para criar controles claros e fáceis de usar, tecnologias voltadas a proteção da privacidade e ferramentas que suportam a mobilidade de dados

conduzida pelo usuário (CMA; ICO, 2021). Outrossim, os normativos de proteção de dados também permitem o justo e proporcional compartilhamento de dados, que beneficiam um ambiente competitivo saudável, ao dar ferramentas para que novos entrantes consigam competir com as grandes plataformas.

Por último, as intervenções relacionadas a dados para promover a competição são uma importante ferramenta considerando o papel central dos dados no impulsionamento competitivo dos mercados digitais. Entendem as autoridades que tais intervenções são necessárias para superar as disparidades no acesso de dados e as distorções competitivas. Em se tratando de plataformas com alto poder de mercado, a intervenção pode se dar através da restrição do acesso a dados ou da limitação da habilidade de combinar e integrar bases de dados (CMA; ICO, 2021).

Evidente, portanto, que a “regulação do tratamento de dados pessoais e as possíveis distorções competitivas decorrentes do contexto do big data são temas de extrema complexidade que requerem, para a sua solução satisfatória, o diálogo entre” as leis de proteção de dados e “o Direito da Concorrência” (FRAZÃO; SANTOS, 2020, p. 60). Esse diálogo não vem, todavia, sem os seus próprios desafios.

Inicialmente porque a proteção de dados e o direito da concorrência não coincidem em todos seus objetivos, de modo que pode-se apontar alguns pontos de aparente tensão entre os dois campos, dentre os quais: (i) as intervenções de dados que buscam superar barreiras competitivas ao compartilhar o acesso aos dados pessoais com terceiros; (ii) os requerimentos de proteção de dados que podem ser interpretados pela indústria como um risco de distorção competitiva, o que por sua vez favorece os modelos de negócios de grandes plataformas integradas (CMA; ICO, 2021).

O objetivo das intervenções para compartilhamento de dados é garantir que novos entrantes e empresas menores consigam competir com outras que gozam de elevado poder de mercado decorrente do acesso substancial aos dados. Nesse cenário, o remédio concorrencial pode parecer estar em direta contradição com as regulações de proteção de dados, uma vez que estas se destinam a garantir reduções mínimas na privacidade dos usuários e o compartilhamento pode ser visto como uma forma de ampliar o escopo do processamento de dados pessoais para um número maior de controladores (CMA; ICO, 2021). Contudo, quando esse compartilhamento é feito dentro dos parâmetros da regulação, este pode ser responsável por criar significativas eficiências de mercado, beneficiando os consumidores a longo-prazo, uma vez que, como visto nos modelos de Economides e Lianos (2020), um cenário competitivo torna a compensação dos usuários mais justa. Ademais, a intervenção criaria poucos custos ao

coletor inicial, já que dados tem características não-rivais¹⁹ e os custos marginais do compartilhamento não são significativos (CMA; ICO, 2021).

Por sua vez, a outra área de tensão está consubstanciada no risco de que uma empresa interprete a lei de proteção de dados de uma forma que gere impactos negativos na competição, por exemplo na interpretação de o compartilhamento de dados entre duas empresas de um mesmo grupo econômico seriam aceitáveis, enquanto a transferência de dados entre empresas independentes não seria, ainda que atuem de forma equivalente ao primeiro caso. Tal interpretação permitiria que as empresas atuassem como um grande conglomerado, integrando-se horizontal e verticalmente a fim de processar mais dados. Nesse cenário, a entrada de novos concorrentes e a rivalidade seriam prejudicadas. Cumpre evidenciar, entretanto, que o compartilhamento de dados, independentemente de ser entre o mesmo grupo econômico ou agentes diferentes, não é proibido, mas deve seguir os parâmetros e requisitos da legislação específica, de modo que a suposta tensão é apenas aparente (CMA; ICO, 2021).

Como visto, as sinergias e desafios apresentados criam um complexo desafio para a aplicação dos regulamentos antitruste e de proteção de dados. Tanto as autoridades da concorrência como a doutrina vêm criando abordagens – teóricas ou não – acerca do papel da autoridade antitruste para mitigar os efeitos anticompetitivos e danos a concorrência decorrentes de um tratamento de dados abusivo. Passa-se a analisar algumas dessas proposições, a fim de verificar, posteriormente na análise dos atos de concentração estudados, se tais soluções vêm sendo aplicadas pelo CADE e pela Comissão Europeia.

Como explorado no tópico anterior, uma possível solução para lidar com os riscos a privacidade no tratamento de dados operado pelas plataformas digitais é a alteração do regime de *opt-in* para um regime de *opt-out*. Contudo, quando a alteração de regime não vem acompanhada de uma efetiva concorrência no mercado, a empresa dominante pode usar dos dados coletados para impor condições anticompetitivas. Por exemplo, a “coleta extra de dados cria ‘excedente comportamental’ que será altamente valorizado nos mercados de futuros comportamentais”²⁰ (ECONOMIDES, LIANOS, 2020, p. 28), permitindo a utilização de preços personalizados e discriminatórios. Assim, o regime de *opt-out*, sem concorrência, não é capaz de obstar a assimetria informacional encontrada nesses mercados, sendo necessário aplicar outras medidas que visem garantir a competitividade e rivalidade entre concorrentes.

¹⁹ "Isso significa que os dados não são usados ou deteriorados quando copiados. Uma vez coletados, o compartilhamento de dados não diminui seu valor para o coletor inicial" (CMA; ICO, 2021, p. 24)

²⁰ Tradução livre “[...] the extra harvesting of data creates “behavioral surplus” that will itself be highly valued in behavioral futures markets.”

Outra opção poderia ser a introdução de dois tipos de serviços: (i) um não personalizado, onde o usuário paga para utilizar os serviços mas os seus dados não coletados ou tratados; (ii) um personalizado, onde o usuário pode usar os serviços a preço-zero em troca do fornecimento de dados, de modo que se os dados forem particularmente valiosos para a plataforma, estes deverão ser compensados ao consumidor. Contudo, esse sistema ainda apresenta suas dificuldades. Primeiro porque do modo que as atuais leis de proteção de dados são estruturadas, embora o usuário tenha que dar consentimento para o tratamento de dados, caso ele não o faça, uma empresa dominante pode simplesmente negar seu acesso a plataforma. Ainda que se adapte o sistema para que os usuários possam optar por pagar um preço pelos serviços prestados, dada a concentração de mercado, as plataformas poderiam cobrar valores exorbitantes, tornando a medida inefetiva em termos práticos (ECONOMIDES; LIANOS, 2020).

É justamente nesse ponto que a atuação do direito antitruste, cooperando com as disposições da legislação específica de proteção de dados, com remédios estruturais e comportamentais, regulações de privacidade e transparência e revisitação das ferramentas antitruste, pode ser muito benéfica. Nesse contexto, as ferramentas devem ter como

[...] objetivo definir criar um mercado entre os usuários e a rede, garantir a transparência na coleta de dados (para que os usuários saibam o que é coletado), garantir a transparência no uso dos dados (para que os usuários saibam como seus dados são usados) e garantir o consentimento do usuário na coleta de dados e uso específico eventualmente aliado com uma possível compensação ao usuário por “vender” seus dados para uma empresa (ECONOMIDES; LIANOS, 2020, p. 29)²¹.

No reino unido, essa cooperação tomou uma forma mais institucional, a partir da criação do Fórum de Cooperação da Regulação Digital, formado pelas autoridades da concorrência, da proteção de dados e da proteção ao consumidor. Nesse contexto, uma possível solução considerada em estudo de mercado da CMA é o “potencial de imposição de silos de dados em plataformas com poder de mercado para restringir sua capacidade de combinar conjuntos de dados para fins de segmentação e medição de publicidade digital”²² (CMA; ICO, 2021, pp. 22-23). Apesar da restrição ao acesso ou combinação de bases de dados requerer uma avaliação cuidadosa dos possíveis impactos a eficiência, a autoridade entende que tal limitação poderia proporcionar uma relevante cooperação entre o direito concorrencial e a proteção dos

²¹ Tradução livre de “[...] aim to set up a market between users and the network, ensure the transparency in the collection of data (so that users know what is collected), ensure transparency in the use of data (so that users know how their data is used), and ensure user’s consent in data collection and specific use eventually with a possible compensation to the user for “selling” his/her data to a company [...]”

²² Tradução livre de “[...] potential for imposing data silos on platforms with market power to restrict their ability to combine datasets for the purposes of targeting and measuring digital advertising”

dados, já que envolvem a restrição da capacidade de combinar e processar dados de forma abusiva e em detrimento dos consumidores, ao mesmo tempo que cria condições mais equitativas para a rivalidade no mercado (CMA; ICO, 2021).

Por sua vez, outras autoridades têm alterado seus guias de julgamento para fazer constar as características do mercado digital e garantir que as análises sejam feitas considerando tais particularidades e mitigando potenciais efeitos anticompetitivos delas decorrentes. Por exemplo, a *Fair Trade Commission* do Japão atualizou as suas diretrizes de fusão e aquisição, fazendo referência explícita aos efeitos de rede diretos e indiretos (JAPÃO, 2019). No mesmo sentido, a lei de concorrência alemã foi atualizada para incluir a coleta de dados como um contribuidor de poder de mercado (ALEMANHA, 2021).

Acerca dos remédios aplicáveis, Stvelana e Dina (2019) destacam a necessidade de medidas que promovam a competição inter-plataformas, garantindo o direito do usuário de *multi-homing*. Nesse sentido, pode-se citar o caso do Google Shopping, julgado pela *Indian Competition Commission* (2012), no qual ordenou ao Google que não utilizasse cláusulas restritivas em seus acordos sobre o mecanismo de busca. Tais remédios também podem focar nas restrições indiretas. Por exemplo, no caso Booking/Expedia/Decolar, foi assinado compromisso junto ao CADE (2018) para que as agências de viagem online deixassem de utilizar as cláusulas de paridade e renunciassem as condições já impostas nos hotéis que ofertam acomodações em duas plataformas.

Também no âmbito de atos de concentração, remédios que garantam a portabilidade de dados são capazes de endereçar em parte o problema dos efeitos de *lock-in*, permitindo que o consumidor seja capaz de exportar seu gráfico social e seu histórico de pesquisa e trocar de fornecedor. De modo similar, as plataformas podem optar por uma *Application Programming Interface* (API) aberta, permitindo que novos entrantes tenham acesso a tais informações (ECONOMIDES; LIANOS, 2020). Como aponta Coyle (2019, p. 15)

[...] os consumidores não têm a capacidade de transferir a acumulação existente de dados pessoais para fornecedores concorrentes. Essa também é uma questão de padrões, pois a propriedade e a portabilidade de dados individuais exigiriam padrões de API interoperáveis entre plataformas digitais.²³

No sentido das alterações dos padrões e modelos de julgamento, Ana Frazão e Luiza Santos (2020) frisam que o exame antitruste pautado no aspecto estático do preço não é capaz de registrar com precisão os danos causados pela exploração de dados. Especialmente para atos

²³ Tradução livre de “[...] consumers have no ability to switch their existing accumulation of personal data to competing providers. This is also a standards question, as individual data ownership and portability would require interoperable API standards among digital platforms.”

de concentração, as análises estáticas acabando excluindo potenciais impactos negativos ao mercado, por exemplo quando a aquisição/fusão envolve empresas iniciantes, com baixos níveis de faturamento, mas com uma base de usuários em rápido crescimento – que acabam sendo ignorados na apuração de poder de mercado. Uma análise “incompleta” pode fortalecer a posição dominante de uma plataforma, o que pode levar a degradação da privacidade e a retenção de usuários (STUCKE, 2018). Tal situação “se torna particularmente alarmante quando há um padrão sistemático de atos de concentração pelas grandes plataformas digitais” (FRAZÃO; SANTOS, 2020, p. 67).

As autoras pugnam pela observância da competição dinâmica, a qual atribua maior ênfase à concorrência potencial, para além das participações de mercado. Sugerem, então, a adequação do critério de notificação por faturamento, para verificar também o potencial competitivo das requerentes (FRAZÃO; SANTOS, 2020). No mesmo sentido, a OCDE (2016) sugere a complementação dos critérios de faturamento com um critério adicional baseado no valor de transação, que mensuraria o valor que a empresa adquirente dá aos ativos adquiridos, em especial os dados.

Nesse contexto, discute-se também a suficiência controle *ex post* realizado pelas autoridades de proteção de dados, que para Diane Coyle (2019) não seria capaz, por si só, de mitigar as ameaças causadas pelas tecnologias disruptivas. Afirmam as autoras, que os formuladores de política antitruste devem considerar quatro áreas principais (i) padrões e interoperabilidade; (ii) portabilidade dos dados; (iii) transparência dos termos e condições; (iv) transparência da precificação (COYLE, 2019). Entende-se, portanto, que a aplicação das ferramentas antitruste em um controle *ex ante*, como é o caso dos atos de concentração, poderia prevenir eventuais abusos no tratamento de dados, principalmente no que permite evitar a consolidação de um poder de mercado passível de reduzir a concorrência e a escolha do usuário.

Exploradas as principais características, preocupações e discussões que envolvem a economia digital e tendo em mente as considerações aqui tecidas, cumpre verificar de que forma tais particularidades influem na prática de investigação e julgamento das autoridades antitruste, mais especificamente as autoridades brasileira e europeia, com a finalidade de responder as perguntas de pesquisa acerca da aplicação das teorias do dano para mercados digitais na análise das autoridades, com como da frequência e forma como as autoridades consideram a concentração de dados e a privacidade.

4. ATOS DE CONCENTRAÇÃO EM MERCADOS DIGITAIS: COMO AS AUTORIDADES ANTITRUSTE ENXERGAM AS TEORIAS DO DANO E A CONCENTRAÇÃO DE DADOS?

Como mencionado na introdução e reforçado nos capítulos anteriores, optou-se por realizar a análise pretendida no âmbito do controle de estruturas das autoridades brasileira e europeia, uma vez que a quantidade de casos nesse contexto possibilitaria uma pesquisa mais rica do que na análise das condutas unilaterais ou coordenadas, dada a ainda incipiente jurisprudência do CADE no assunto. Ademais, o estudo realizado no controle de estruturas permite uma ampla análise dos mercados relevantes enquadrados, bem como da possibilidade e probabilidade do exercício de poder de mercado, viabilizando o aprofundamento pretendido por esta monografia.

Além disso, conforme discutido nos tópicos acima, as grandes empresas de tecnologia têm encontrado nas aquisições e fusões uma importante estratégia para a consolidação de sua posição dominante e a concentração de dados de usuários. Nessa realidade, os sócios de startups se veem diante de uma difícil escolha: lutar para sobreviver no mercado ou vender seus negócios para os gigantes online (LAITENBERGER, 2017). Ao mesmo tempo que essas estratégias têm o potencial de prejudicar a inovação, conforme verificado nas discussões sobre *killer acquisitions* – as quais não serão o foco desta monografia –, elas também podem criar diversos prejuízos aos consumidores. Afinal, quando duas bases de dados são fundidas, novos detalhes pessoais acerca do indivíduo podem ser gerados e explorados (OCDE, 2016).

Importa repisar, também, que a escolha pela União Europeia como parâmetro da pesquisa comparada se deu pelo fato da autoridade ser expoente no debate de mercados digitais, tendo tomado importantes passos para a regulação e mitigação de efeitos anticompetitivos nesse mercado. Também justifica-se a escolha pela proximidade e similaridade entre a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018) no Brasil e o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados na União Europeia, uma vez que o presente trabalho busca igualmente discutir os riscos de um tratamento abusivo de dados, principalmente quando as aquisições ou fusões permitem a concentração e combinação de base de dados.

Por conseguinte, realizar-se-á neste capítulo pesquisa exploratória acerca de atos de concentração que envolvam mercados digitais nas bases jurisprudenciais da Comissão Europeia e do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, com especial enfoque na possibilidade de concentração de dados quando da fusão ou aquisição de empresas que pautam seu modelo de negócios compatíveis com o *Big Data*.

Primeiro, será conduzida a análise nas bases da Comissão Europeia (Seção 4.1), uma vez que sendo esta uma autoridade com atuação reconhecidamente relevante nas discussões acerca da economia digital, entende-se que seria interessante partir dos elementos decisórios abordados em suas decisões, para depois realizar a análise nas bases do CADE (Seção 4.2), traçando um paralelo entre as duas.

4.1. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA EUROPEIA NO CONTROLE DE ESTRUTURAS EM MERCADOS DIGITAIS

O sistema de controle de estruturas na União Europeia está previsto no Regulamento do Conselho da União Europeia nº 139/2004²⁴, sobre o controle das concentrações entre empresas (Regulamento das Concentrações da CE). Nos termos do regulamento, as regras ali dispostas se aplicam a todas as concentrações com dimensões comunitárias, definidas a partir de critérios de faturamento mundiais ou comunitários, a fim de evitar concentrações que venham a efetivamente impedir a competição no Espaço Econômico Europeu.

A análise de atos de concentração feita pela Comissão Europeia pode ser dividida em duas fases, de modo que a partir do momento da notificação, a Comissão tem 25 dias úteis para decidir pela aprovação da fusão ou aquisição (Fase I) ou iniciar uma investigação aprofundada (Fase II), que pode durar até 90 dias, com possibilidade de extensão. Nessa fase a comissão poderá optar por aprovar a operação sem restrições, aprovar condicionada a compromissos ou reprovar a operação. A maior parte das concentrações notificadas, entretanto, não impõe problemas competitivos, sendo liberadas após uma revisão de rotina.²⁵

Ainda, a comissão poderá adotar um procedimento simplificado nesta revisão, nos termos da “Nota da Comissão relativa a um procedimento simplificado para o tratamento de certas concentrações ao abrigo Regulamento do Conselho da UE n.º 139/2004” (UE, 2013). O referido documento apresenta algumas categorias de concentrações notificadas que, cumprindo determinados requisitos, são aprovadas sem apresentar dúvidas significativas, de modo que a comissão poderá emitir uma decisão abreviada, declarando a concentração compatível com o mercado interno. Tais requisitos serão mais bem explorados nos tópicos a seguir.

Feitas essas breves considerações acerca do sistema de controle de estruturas europeu e as regras a ele aplicáveis, passa-se a análise dos casos julgados por essa autoridade

²⁴ Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0139&from=EN>

²⁵ Mais informações podem ser consultadas em: https://competition-policy.ec.europa.eu/mergers/mergers-overview_en

quantitativa (4.1.2) e qualitativamente (4.1.3), não sem antes elucidar acerca da metodologia escolhida para a coleta de dados na presente pesquisa (4.1.1).

4.1.1. Metodologia de coleta de dados de decisões europeias no controle de estruturas em mercados digitais

A presente seção objetiva examinar atos de concentração (“*mergers*”)²⁶ em mercados digitais julgados pela comissão europeia, a fim de verificar os aspectos essenciais que a guiam nessa análise, em especial, se a referida autoridade vem aplicando as teorias do dano apresentadas ao longo desse trabalho e de que forma ela vem enxergando a concentração de dados no âmbito do controle de estruturas nesse mercado.

Para tanto, foi realizada pesquisa empírica dos processos julgados pela Comissão nos últimos 2 (dois) anos, de 01.01.2020 à 31.12.2021. Optou-se por excluir da análise o ano de 2022, a fim de evitar quaisquer distorções temporais, uma vez que a presente pesquisa foi realizada em julho e agosto do referido ano, isto é, antes do seu término, o que impediria a coleta de dados completos.

Buscando possibilitar a seleção dos processos que discutiam a temática proposta, foi efetuada pesquisa no sistema de pesquisa processual pública disponibilizada pela própria autoridade (“*Competition Policy – Search Competition Cases*”)²⁷. A referida plataforma de pesquisa processual permite a delimitação da consulta a partir do setor econômico analisado. Para a presente monografia, optou-se por filtrar a consulta pelo setor econômico “J – *Information and Communication*”, mais especificamente o setor de “J.63 – *Information Services Activities*”, incluindo as seguintes atividades “J.63.1.1 – *Data Processing, hosting and related activities*”; “J.63.1.2 – *Web Portals*.”

Nos termos acima propostos, a pesquisa gerou resultados para 21 (vinte e um) processos, os quais foram resumidamente enumerados e podem ser conferidos no ANEXO I deste documento. Frise-se que tais resultados indicam apenas uma amostra dos julgados da autoridade, não havendo pretensão da autora de esgotar todos os casos trabalhados pela comissão europeia no tema de mercados digitais.

²⁶ Apesar da União Europeia não adotar a nomenclatura atos de concentração (ou “*concentration acts*”), utilizando o termo “*mergers*” para se referir às aquisições e fusões notificadas à autoridade, utilizar-se-á, para fins do presente trabalho, os referidos termos como sinônimos, a fim de padronizar a referência aos processos analisados.

²⁷ O sistema de pesquisa processual pública da autoridade europeia pode ser consultado a partir do presente link: https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/index.cfm?clear=1&policy_area_id=2

Delimitada a base de processos a ser analisada, fez-se uma análise pormenorizada de cada um deles, organizando as principais informações em planilha do Excel, de modo que os casos foram destrinchados em diversas categorias, dentre as quais: número do processo; procedimento (“*simplified procedure*” ou ordinário); requerentes; abrangência da operação; critério de notificação; instância/relator; data de notificação; data da decisão final; data da publicação; mercado relevante (produto e geográfico); natureza da operação; enquadramento legal; teor da decisão; remédios; concentração horizontal; concentração vertical, dentre outros.

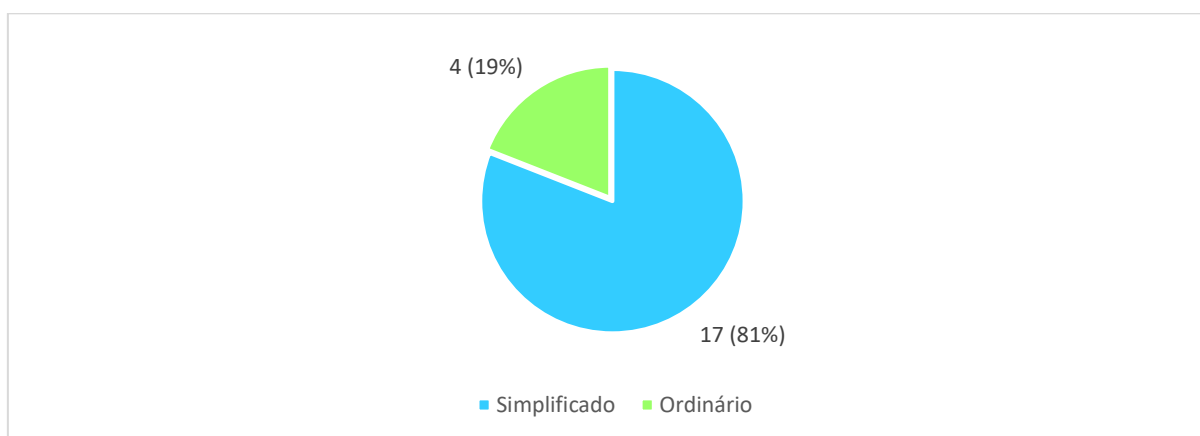
Diante dos resultados obtidos, passa-se a análise quantitativa (4.1.2) e qualitativa (4.1.3) dos vinte e um atos de concentração encontrados nas bases de pesquisa da Comissão Europeia que tem como pano de fundo a discussão acerca de mercados digitais.

4.1.2. Análise quantitativa da experiência europeia no controle de estruturas em mercados digitais

Conforme indicado no tópico supra, foram analisados um total de 21 (vinte e um) atos de concentração que de alguma maneira tratavam de mercados digitais e se enquadravam no tema proposto para essa pesquisa. Nesse tópico, busca-se mapear as principais características dos processos estudados, a fim de imprimir, em termos quantitativos, um perfil da análise concorrencial de concentrações no mercado digital europeu.

De início, verificou-se que do total de 21 (vinte e um) atos de concentração analisados, a Comissão Europeia adotou o procedimento simplificado para 17 (dezessete) deles, isto é, 81% dos casos apresentavam pouco ou nenhum potencial ofensivo à concorrência. Em contrapartida, para apenas 4 (quatro) processos, ou 19% dos casos analisados, a Comissão Europeia entendeu serem levantadas dúvidas significativas o suficiente para prosseguir à Fase II de investigações, que se denominará, para fins de padronização e compatibilização com a nomenclatura do CADE, de procedimento “ordinário”.

Figura 05 - Procedimento adotado pela Comissão Europeia no julgamento dos ACs em mercados digitais



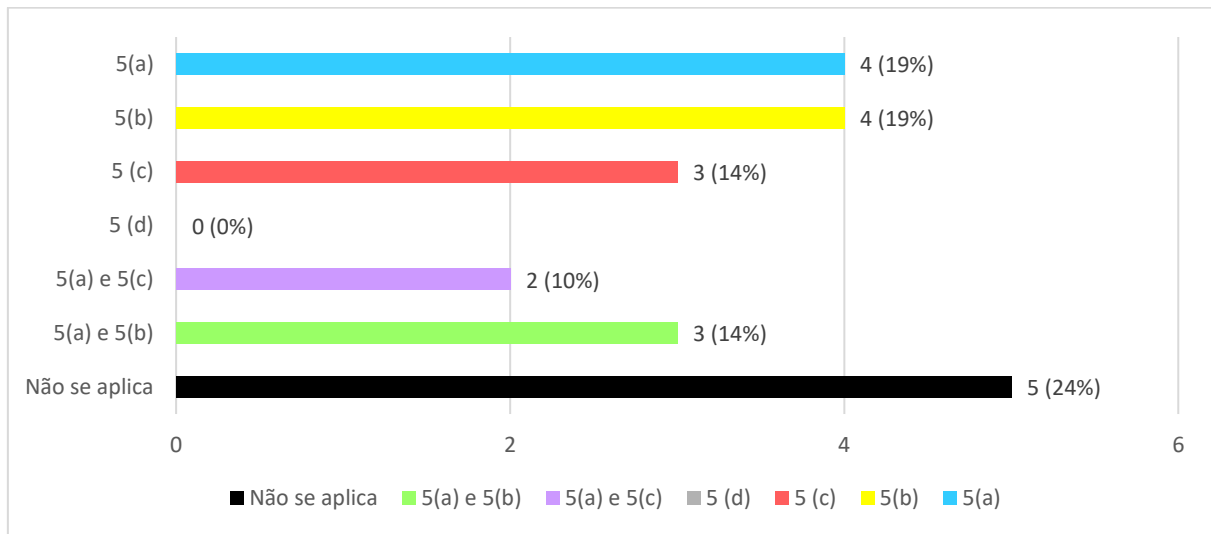
Fonte: Elaboração própria (2022)

Para o enquadramento no procedimento simplificado, a Comissão Europeia deve enquadrar a operação em alguma das hipóteses do art. 5º, da Nota da Comissão relativa a um procedimento simplificado para o tratamento de certas concentrações ao abrigo Regulamento do Conselho da UE n.º 139/2004. Da análise das justificativas dadas para a adoção do procedimento simplificado, verificou-se que as hipóteses mais enquadradas são aquelas do art. 5(a), referente a aquisição de controle conjunto em joint venture com faturamentos menores do que 100 (cem) milhões de euros (19%) e o art. 5 (b), referente a aquisições de participação ou controle societário que não gerem sobreposição horizontal ou integração vertical (19%). Em seguida, aparece o art. 5(c), referente a aquisições ou fusões que gerem sobreposições horizontais ou integrações verticais não significativas (14%).

Embora não tenha sido possível analisar de forma mais aprofundada como a Comissão chegou nas hipóteses acima aventadas, verifica-se que a atribuição de ausência de riscos competitivos em razão das baixas participações de mercado e inexistência de sobreposição horizontal e vertical pode indicar uma análise mais tradicional por parte da autoridade europeia, em que não se considera as dinamicidades do mercado digital.

Das hipóteses aventadas na Nota da Comissão, apenas a disposta no 5(d), referente a aquisição do controle de uma empresa da qual já possuía controle parcial, não foi constada. Verificou-se também uma incidência razoável de mais de uma das hipóteses, como pode ser verificado no gráfico a seguir:

Figura 06 – Fundamentação para adoção do procedimento simplificado no julgamento da Comissão Europeia acerca de concentrações em mercados digitais



Nota da Comissão relativa a um procedimento simplificado para o tratamento de certas concentrações ao abrigo Regulamento do Conselho da UE n.º 139/2004.

II. Categorias de concentração adequadas para o tratamento do procedimento simplificado. Art. 5º A comissão vai em princípio aplicar o procedimento simplificado para cada uma das categorias a seguir:

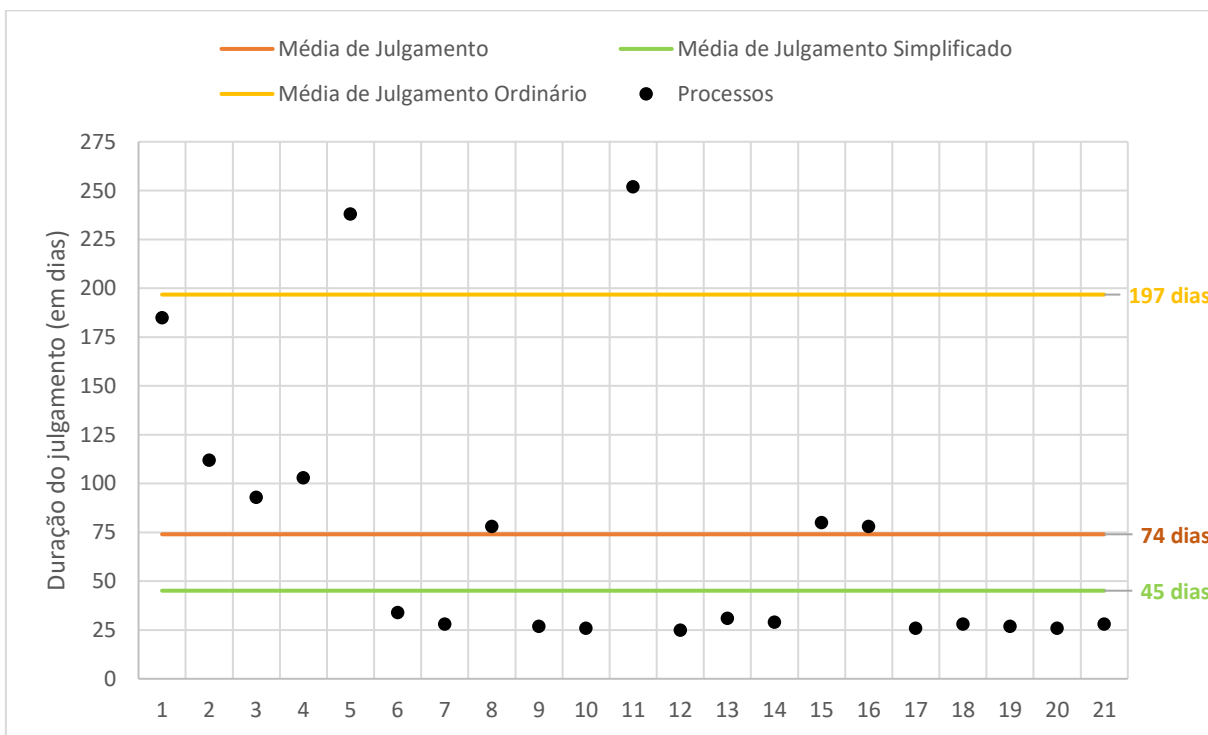
	(a) duas ou mais empresas adquirem controle conjunto de uma joint venture, desde que a joint venture não tenha, ou tenha de forma não significativa, atividades atuais ou potenciais no território do Espaço Económico Europeu (EEE), o que ocorrerá quando: (i) o faturamento da joint venture ou o faturamento das atividades contribuidoras é menor que EUR 100 milhões no território do EEE no momento da notificação; e (ii) o valor total de bens transferidos para a joint venture é menor do que EUR 100 milhões no território do EEE no momento da notificação.
	(b) duas ou mais empresas se fundem, ou uma ou mais empresas adquirem controle total ou parcial de outra empresa, desde que nenhuma das partes da concentração exerça atividades comerciais no mesmo mercado de produto e mercado geográfico, ou num mercado do produto a montante ou a jusante de um mercado do produto em que qualquer outra parte a concentração está engajada
	(c) duas ou mais empresas se fundem, ou uma ou mais empresas adquirem controle total ou parcial de outra empresa e ambas as condições são preenchidas: (i) a participação de mercado combinado das partes da concentração que exercem atividades comerciais no mesmo mercado de produto e mercado geográfico (relações horizontais) é inferior a 20%; (ii) as participações de mercado individuais ou combinadas de todas as partes na concentração que exerçam atividades comerciais num mercado de produto situado a montante ou a jusante de um mercado do produto em que qualquer outra parte na concentração é engajada (relacionamentos verticais) são menores do que 30%
	(d) uma parte adquire o controle de uma empresa da qual já possuía controle parcial

Fonte: Elaboração própria (2022)

A opção pelo procedimento simplificado ou ordinário impacta diretamente na duração dos julgamentos da Comissão Europeia em concentração em mercados digitais. Apurou-se que, em média, entre a data de notificação da operação e a data do julgamento final, a Comissão levou em média 74 (setenta e quatro) dias para tomar uma decisão final acerca dos atos de concentração. Por sua vez, a decisão sobre o mérito da operação no âmbito do procedimento

traz uma média significativamente mais curta, de 45 (quarenta e cinco) dias. Em contrapartida, para os casos considerados mais complexos, que chegaram a Fase II de investigação da comissão, levou-se cerca de 197 (cento e noventa e sete) dias em média para investigar os potenciais lesivos a concorrência e decidir acerca do mérito da concentração. Verifica-se que os períodos de julgamento, em especial dos processos ordinários, permitiram a comissão realizar uma análise aprofundada de mercado, o que refletiu no nível de detalhamento percebido nas decisões.

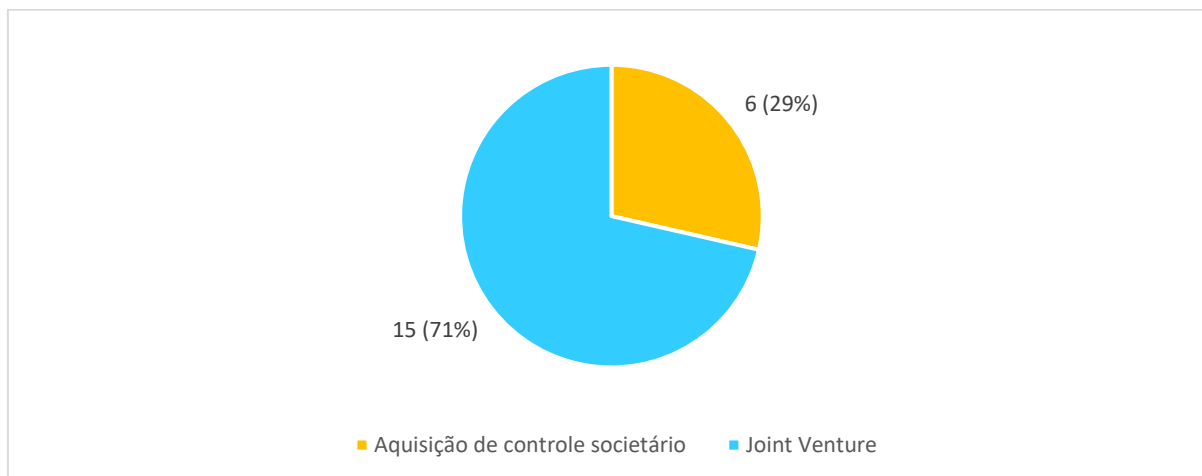
Figura 07 – Duração e média de julgamento dos ACs em mercados digitais julgados pela Comissão Europeia entre os anos de 2020 e 2021



Fonte: Elaboração própria (2022)

Acerca da natureza das operações relativas a mercados digitais notificadas à Comissão Europeia no período analisado, verificou-se uma ampla ocorrência de joint ventures (71%), seguido da aquisição de controle societário (29%). Em razão de muitas decisões terem sido abreviadas, por conta da adoção do procedimento simplificado, não foi possível analisar de forma aprofundada a forma em que tais operações ocorreram, dificultando a elaboração de conclusões mais desenvolvidas sobre o assunto.

Figura 08 –Natureza das operações relativas a mercados digitais notificadas à Comissão Europeia entre os anos de 2020 e 2021



Fonte: Elaboração própria (2022)

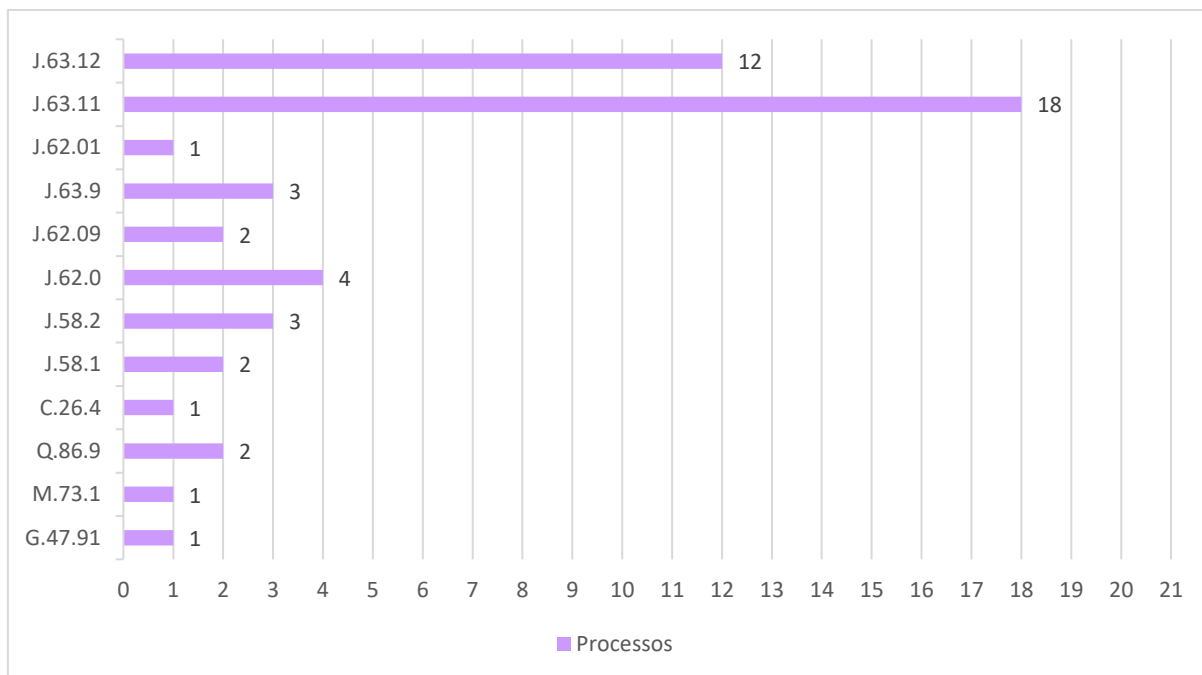
Sobre mercados relevantes geográfico e de produto, observou-se uma dificuldade de realizar a análise quantitativa desses elementos, uma vez que, como já exposto, grande parte das decisões proferidas pela comissão europeia se deram no âmbito do procedimento simplificado, apresentando textos de decisão abreviados. Em tais decisões, a Comissão usualmente não realizava análise do mercado relevante impactado, restringindo-se a afirmar que a operação não gerava preocupações concorrências. Não obstante, a forma como é categorizada a plataforma de pesquisa processual da União Europeia permite aferir quais são os setores econômicos ligados a operação.

Nesse sentido, em relação à pesquisa realizada sabe-se que, em decorrência dos filtros escolhidos, necessariamente as concentrações analisadas terão relação com o setor econômico de serviços de informação, seja através de portais de internet ou processamento de dados, conforme explanado no tópico de metodologia. Contudo, busca-se analisar em que proporção tais setores aparecem, bem como se e com que frequência são apontados setores correlatos. Importa notar que um mesmo caso pode ser categorizado com mais de um setor econômico, de modo que o somatório de setores econômicos envolvidos supera a quantidade de casos estudados.

Pois bem, dessa análise, foi possível aferir que o setor de processamento de dados, hospedagem e atividades relacionadas foi o que mais apareceu, com 18 (dezoito) menções dos 21 (vinte e um) casos analisados (86%), seguido de portais de internet, que aparece em 12 (doze) atos de concentração (57%). Ademais, verificou-se que os mercados digitais estudados se relacionaram com os setores: de informação e comunicação de forma geral (J); de manufaturas,

mais especificamente a fabricação de eletrônicos (C); de saúde humana e serviços sociais (Q); de atividades profissionais, científicas e técnicas (M); e de comércio por atacado e varejo.

Figura 09 – Setores econômicos afetados pelas concentrações relacionadas a mercados digitais notificados à Comissão Europeia



Legenda	
G.47.91	Revenda via casa de correspondência ou via internet ²⁸
M.73.1	Publicidade ²⁹
Q.86.9	Outras atividades de saúde humana ³⁰
C.26.4	Fabricação de eletrônicos de consumo ³¹
J.58.1	Publicação de livros, periódicos e outras atividades de publicação ³²
J.58.2	Publicação de software ³³
J.62.0	Programação de computadores, consultoria e atividades relacionadas ³⁴
J.62.09	Outras atividades de tecnologia da informação e serviços de computador ³⁵
J.62.01	Atividades de Programação de Computadores ³⁶
J.63.12	Portais da web ³⁷
J.63.11	Processamento de dados, hospedagem e atividades relacionadas ³⁸
J.63.9	Outras atividades de serviços de informação ³⁹

Fonte: Elaboração própria (2022)

²⁸ Tradução livre de “Retail sale via mail order houses or via Internet”

²⁹ Tradução livre de “Advertising”

³⁰ Tradução livre de “Other human health activities”

³¹ Tradução livre de “Manufacture of consumer electronics”

³² Tradução livre de “Publishing of books, periodicals and other publishing activities”

³³ Tradução livre de “Software publishing”

³⁴ Tradução livre de “Computer programming, consultancy and related activities”

³⁵ Tradução livre de “Other information technology and computer service activities”

³⁶ Tradução livre de “Computer programming activities”

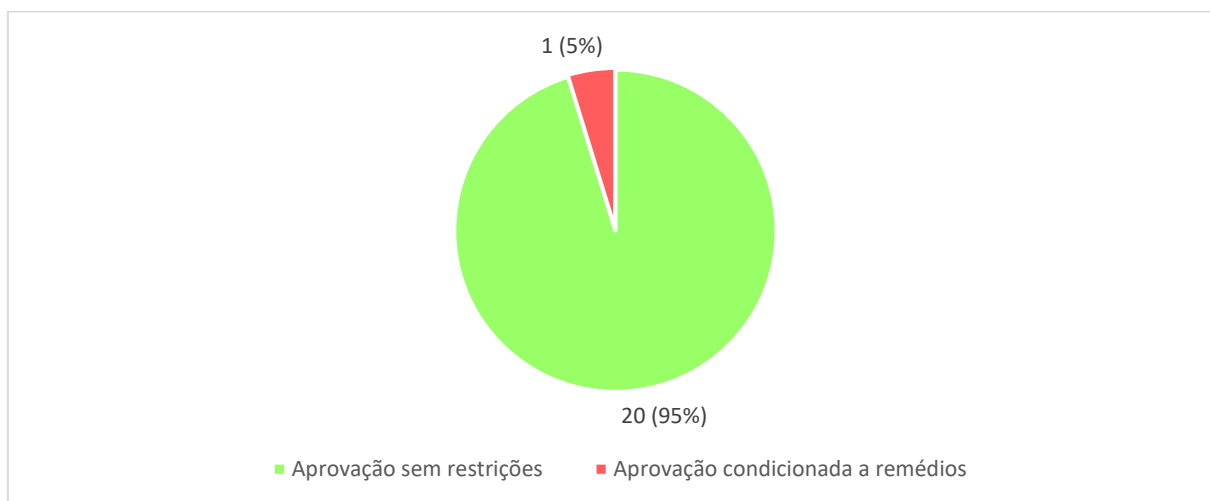
³⁷ Tradução livre de “Web Portals”

³⁸ Tradução livre de “Data processing, hosting and related activities”

³⁹ Tradução livre de “Other information service activities”

Por fim, acerca do mérito do julgamento da Comissão Europeia, verificou-se que em apenas um dos casos entendeu a autoridade ser necessária a imposição de remédios para evitar efeitos anticompetitivos, tendo as demais 20 (vinte) operações sido aprovadas sem restrições. Isso pode indicar que, nos últimos anos, apesar dos pontos de preocupação levantados pela doutrina internacional, a autoridade antitruste europeia não tem encontrado, ou pelo menos não de forma significativa, os perigos anticompetitivos usualmente associados a esse tipo de mercado nos casos notificados.

Figura 10 – Mérito do julgamento de atos de concentração em mercados digitais notificados à Comissão Europeia entre os anos de 2020 e 2021



Fonte: Elaboração própria (2022)

Em decorrência dos julgamentos simplificados e da ausência de substratos mais detalhados acerca do mérito das decisões, não foi possível realizar uma pesquisa quantitativa adequada quanto aos elementos decisórios da operação. Não obstante, a fim de melhor desenhar o posicionamento da Comissão Europeia acerca dos mercados digitais, realizar-se-á, no tópico a seguir, a análise qualitativa dos julgados analisados, aprofundando-se nos critérios de análise desta autoridade.

4.1.3. Análise qualitativa da experiência europeia no controle de estruturas em mercados digitais

Como exposto, apenas 4 (quatro) dos 21 (vinte e um) processos analisados foram julgados sob o rito ordinário. Dada a dificuldade de extrair informações mais aprofundadas dos processos julgados sob o rito simplificado por conta de decisões abreviadas, este tópico se propõe a realizar o estudo dos elementos decisórios dos demais processos. São eles: (i) o Caso M.9619, dos requerentes CDC / La Poste / EDF / ENGIE; (ii) o Caso M.9843, dos requerentes Colony Capital / PSP / NGD; e (iii) o Caso M.10133 dos requerentes Astorg / Nordic Capital / Novo / Bioclinica; (iv) o Caso M.9660, dos requerentes Google / Fitbit.

(i) Caso M.9619 (CDC/La Poste/EDF/ENGIE)

No caso em questão, a *Caisse des dépôts et consignations* (CDC) ou Fundo de Depósitos e Remessas da França, que atua no apoio de políticas públicas conduzidas pelo estado e autarquias locais, diretamente e por meio de La Poste SA, pertencente ao grupo *La Poste* controlado pelo CDC, operadora do serviço postal francês e atuante nos mercados de seguro e bancário; o EDF *Pulse Croissance Holding* (EDF), empresa francesa que atua no mercado de eletricidade; e a ENGIE, também francesa, atuante no setor de gás e eletricidade, criaram joint venture denominada Archipels, na qual cada uma das empresas detinha o capital de 25%.

A joint venture ofereceria serviço de certificação de autenticidade de documentos e informações anexados a pessoas físicas e jurídicas, com base na tecnologia *blockchain*. Como informaram as requerentes, a oferta dos serviços de ancoragem e certificação de documentos não ficaria restrita à atuação de suas sociedades-mães, de modo que as relações de uso dos notificantes com a joint venture criada reger-se-iam por contrato idêntico ao celebrado com terceiros.

Dada a visão geral do caso, passa-se à análise realizada pela Comissão Europeia. Primeiramente, a CE pondera acerca das características do mercado bancário e de seguros, no que tange às obrigações regulatórias de “*Know Your Customer - KYC*” ou “Conheça seu Consumidor”, o que requer a aquisição e verificação de uma base de informações sobre seus clientes por parte dessas empresas – justamente nesse nível que atuará a joint-venture. Assim, para que possa exercer sua atividade, a JV necessitará de *inputs* de impressões digitais fornecidas pelas holdings que irá ancorar e certificar. Observa-se que em um momento inicial, as impressões digitais incluídas na base de dados seriam emitidas por suas controladoras (EDF e ENGIE).

Assim, a CE avaliou o risco de concretização de um cenário anticoncorrencial de exclusão de insumos, constituídos pelas faturas da EDF e da ENGIE. Isto é, analisou se após a operação, (i) as empresas controladoras teriam a capacidade de substancialmente bloquear o

acesso a insumos (dados de fatura) no mercado de verificação de autenticidade; (ii) se seriam incentivadas a fazê-lo; e (iii) se tal estratégia de encerramento produziria um fator adverso significativo na concorrência do mercado à jusante. Concluiu a CE que a implementação de estratégia de encerramento dos insumos seria improvável, uma vez que quase todos os concorrentes que responderam a investigação afirmaram já oferecer um serviço de verificação de autenticidade, que não utilizava as faturas da EDF e ENGIE, de modo que este não seria um insumo essencial.

A Comissão considerou também a possibilidade de os concorrentes constituírem uma base de dados digitais de comprovantes de moradia com qualidade e cobertura equivalente à resultante da junção das faturas de energia da EDF e ENGIE. Nesse sentido, a Comissão considerou que existiriam outras fontes suficientes que estariam disponíveis para os concorrentes da Archipels. Aduziu também que seria improvável que as requerentes fossem incentivadas a criar bloqueios a entrada, uma vez que foram confirmadas as intenções de estabelecer parcerias comerciais com outros prestadores do serviço de KYC. Por fim, sustentou que uma estratégia de bloqueio de mercado não privaria os concorrentes da JV da possibilidade de certificar os comprovantes, já que existem soluções tecnológicas no mercado que dispensam os dados originais. Logo, concluiu pela aprovação sem restrições do ato de concentração.

Do exposto, verifica-se uma considerável preocupação da Comissão com as barreiras ao mercado que poderiam ser criadas a partir da concentração das bases de dados das empresas requerentes. Constatou-se que aqui o bem-estar do consumidor é analisado sobre uma perspectiva mais ampla, para além da eficiência econômica, por meio da tutela do próprio processo competitivo, como aponta Ana Frazão (2019). Note-se que, embora “o foco principal do Direito da Concorrência da União Europeia seja hoje o bem-estar do consumidor, a União Europeia também emprega o Direito da Concorrência como veículo para a integração do mercado.” (BRADFORD; CHILTON; MEGAW; SOKOL, 2019 p. 27).

Importa ressaltar, que embora a CE tenha ido além dos padrões estáticos de análise de mercado, para observar as possibilidades de fechamento de mercado e concentração de dados, a questão da privacidade não foi levantada. Como discutido nos tópicos anteriores desta monografia, as concentrações de dados também apresentam potencial de prejudicar a privacidade dos usuários, bem como desencadear outras de práticas abusivas, como os preços discriminatórios. Tal preocupação pode ser ainda mais agravada na situação exposta, considerando que do conjunto de informações tratadas pode ser extraído o perfil de renda e consumo do usuário, já que a plataforma coletaria comprovantes de residência, contas de

telefônicas, contas de luz ou gás, recibos de aluguel, contas de água, avisos fiscais, certificados ou faturas de seguro habitacional, dentre outros.

(ii) Caso M.9843 (Colony Capital/PSP/NGD)

Trata-se da aquisição de controle conjunto da *Next Generation Data Limited* (NGD), empresa privada atuante no mercado de design, operação e gerenciamento de data centers, pela Colony Capital, empresa americana que atua no mercado imobiliário e de investimentos, principalmente no âmbito de infraestrutura digital, e o *Public Sector Pension Investment Board* (PSP) do Canadá, que gerencia um portfólio global de investimentos.

A CE entendeu que a referida operação afetaria os mercados relevantes de (i) “*colocation services*”, que consistem na construção, refrigeração, conectividade e segurança de data centers, nos quais as empresas hospedam e operam seus equipamentos da tecnologia da informação; (ii) varejo de serviços de conectividade, que consistem em serviços de telecomunicações fixos para promover a conectividade entre sites diversos; e (iii) TI outsourcing, que consiste na terceirização da gestão e do controle de sistemas da tecnologia da informação.

A Comissão verificou que a operação não implicava em sobreposições horizontais, e apesar de aventar possíveis integrações verticais, a CE considerou que a entidade combinada não teria o poder, a habilidade ou o incentivo de impor um fechamento de mercado. A Comissão não chegou a analisar de forma mais aprofundada as características do mercado digital ou uma possível concentração de dados.

Tal decisão se justifica no fato da atividade das empresas requerentes envolver o fornecimento de infraestrutura de dados, e não propriamente a sua coleta, detenção ou tratamento. Nesse sentido, qualquer acesso aos dados dependeria de um acordo direito com as empresas que utilizam os serviços de infraestrutura, sendo necessário o consentimento dos usuários para tal compartilhamento. Contudo, considerando que essas relações entre as empresas que adquirem os serviços de tecnologia da informação não tangenciavam o escopo da operação, a concentração de dados não foi analisada pela CE, bem como não foram abordadas outras características dos mercados digitais.

(iii) Caso M.10133 (Astorg/Nordic Capital/Novo/Bioclinica)

No caso em questão, a *eResearchTechnology* (ERT), provedora de software de soluções de pesquisa clínica (*e-Clinical Trial Solutions*) e controlada pelas empresas Astorg, Nordic Capital e Novo, adquiriu o controle da Bioclinica Holding LP, empresa que também

provê soluções de pesquisa clínica. O serviço de soluções em pesquisa clínica envolve a coleta e organização dos dados de pacientes, antes, durante e depois do ensaio clínico. As empresas farmacêuticas que conduzem ensaios clínicos, em geral, adquirem os serviços de *e-Clinical trial solutions* de terceiros, podendo os dados coletados serem tratados pelos terceiros contratados ou pelas próprias empresas.

Os mercados relevantes afetados por sobreposição horizontal pela referida operação são os de: (i) serviços de segurança cardiológica, que monitoram os parâmetros cardíacos de pacientes envolvidos em ensaios clínicos, a fim de apurar os efeitos do novo tratamento no sistema cardiovascular; (ii) serviços de imagem médica, que analisam imagens médicas capturadas em centros clínicos para avaliar a segurança e eficácia do medicamento.

Em sua análise, a CE indicou que a operação não levantava nenhuma preocupação concorrencial, uma vez que o incremento na participação de mercado da ERT não era significativo e que os concorrentes no mercado de *e-Clinical Trial Solutions* teria força suficiente para impor pressões competitivas a atuação da ERT. Apesar de alegações dos competidores perguntados de que a concentração daria à empresa a habilidade de impor metodologia científica do serviço e o poder de definir preços, a CE entendeu que não haver indícios substanciais capazes de sopesar as conclusões acima.

Constatou-se que, da mesma forma que na concentração do CDC/La Poste/EDF/ENGIE, a Comissão não realizou uma análise dos potenciais danos a privacidade gerados pela concentração de dados, nos termos propostos pela doutrina especializada. Frise-se que no mercado em questão, eventuais danos seriam particularmente sérios, uma vez que se tratam de dados sensíveis⁴⁰ dos usuários.

Não obstante, a concentração de dados no presente caso tem condão de permitir diversas eficiências no mercado de soluções clínicas, uma vez que pode-se dizer que quanto maior a base de dados, mais os softwares e sistemas de IA terão substrato para se aperfeiçoar, produzindo relatórios mais precisos. Trata-se, porém, de uma linha tênue entre regulação e impulsionamento do mercado, como explorado nos capítulos anteriores, pois quando só algumas empresas tem acesso às bases de dados, estas podem impor barreiras aos novos entrantes, aproveitando-se da propensão ao *tipping* comumente associada aos mercados digitais.

⁴⁰ Dados sensíveis são aqueles cujo tratamento pode ensejar a discriminação de seu titular. A fim de ilustrar o que se considera dados sensíveis, a LGPD lista dos seguintes em seu art. 5º, II “dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;”

E na inexistência de uma competição efetiva, a tendência será a diminuição dos estímulos a inovação, prejudicando os consumidores.

O que se viu no julgamento da Comissão foi que, uma vez verificado que a operação não traria significativos incrementos em termos de participação de mercado, a análise não se aprofundou nos elementos dinâmicos dos mercados digitais.

(iv) Caso M.9660 (Google/Fitbit)

No caso em questão, uma das gigantes da tecnologia, a empresa Google, adquiriu o controle total da Fitbit Inc., uma empresa de tecnologia que desenvolve, manufatura e distribui dispositivos portáteis (trackers e smartphones), softwares e serviços no setor de saúde e fitness. A Comissão abriu uma longa fase de investigação, contudo, não recebeu nenhuma objeção das partes requerentes. Pelo contrário, ainda em um estágio inicial, o Google ofereceu um pacote de remédios que, após algumas revisões, foi aceito e aprovado pela Comissão.

Essa foi a primeira vez que a Comissão proferiu decisão em ato de concentração indicando efeitos anticompetitivos de aquisição feita pelo Google (WALLE, 2021). Também foi a única oportunidade em que a Comissão lançou mão de remédios estruturais e comportamentais nos mercados de processamento de dados e portais eletrônicos no período analisado, conforme destacado no tópico acima.

Mas o que faz esse caso tão diferente dos demais? O fato de o Google ser uma das maiores plataformas digitais da atualidade certamente deve influenciar no maior escrutínio da autoridade europeia, uma vez que o caso em questão apresentou a análise mais robusta, dentre os casos analisados, em termos de aprofundamento nas características dos mercados digitais e os riscos da concentração de dados. Com a finalidade de compreender a decisão da autoridade europeia e os passos que essa tomou para realizar a avaliação do mérito da operação, passa-se a apresentar os principais pontos de análise da Comissão.

Da análise da operação, a Comissão identificou diversos mercados relevantes, os quais interagem tanto de forma vertical e a partir de efeitos conglomerados, como sob uma perspectiva não tradicional de sobreposição horizontal (concentração de dados). Nesse sentido, a fim de facilitar a visualização do mercado afetado, transcreve-se a tabela de visão global elaborada pela CE, conforme se verifica abaixo:

Tabela 01 – Visão Global do mercado afetado no caso Google/Fitbit

Mercado Relevante	Sobreposição Horizontal > 20%	Participação de mercado individual > 30%	Mercado afetado
Dispositivos de pulso			
Fitness trackers			
Com ou sem conectividade GPS	Não.	Participação da Fitbit > 30%	Sim. (vertical, conglomerado)
Relógios inteligentes			
Com ou sem conectividade GPS	Não.	Não.	Sim. (vertical, conglomerado)
Com ou sem conectividade a celular	Não.	Não.	Sim. (vertical, conglomerado)
Relógios inteligentes básicos ou completos	Não.	Não.	Sim. (vertical, conglomerado)
Sistemas Operacionais (SOs)			
SOs licenciáveis para dispositivos móveis inteligentes	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (conglomerado)
SOs licenciáveis para dispositivos de pulso	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (vertical)
Lojas de aplicativos			
Lojas de aplicativos para uma determinada plataforma de sistema operacional de dispositivos móveis inteligentes (Android App Stores)	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (vertical)
Lojas de aplicativos para uma determinada plataforma de dispositivos de pulso (Wear OS)	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (vertical)
Lojas de aplicativos para uma determinada plataforma de dispositivos de pulso (Fitbit App Gallery)	Não.	Participação da Fitbit > 30%	Sim. (vertical)
Serviços de busca geral	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados) vertical)
Serviços de publicidade online			
Serviços de publicidade online	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Serviços de publicidade de exibição online	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Publicidade de exibição online fora das redes sociais	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Serviços de tecnologia de anúncios			
Serviços de SSP	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Serviços de DSP	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Serviços de rede de anúncios de pesquisa e de anúncios gráficos	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Serviços de servidores de anúncio	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Serviços analíticos	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (horizontal (dados))
Aplicativos de saúde e bem-estar	Não.	Não.	Sim. (vertical)
Serviços de pagamento móvel Serviços de pagamento móvel de proximidade/offline	Participação conjunta > 20%	Não.	Sim. (horizontal, vertical)

Aplicativos de navegação	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (integração vertical)
Assistente virtual	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (vertical)
Distribuição digital de música	Não.	Não.	Sim. (vertical)
Tradução digital	Não.	Participação do Google > 30%	Sim. (vertical)
Saúde digital			
Serviços de nuvem e <i>data analytics</i>	Não.	Não.	Não. (Comissão analisou horizontal (dados) e vertical)
Serviços de monitoramento de pacientes	Não.	Não.	Não. (Comissão analisou horizontal (dados) e vertical)
Pesquisas médicas e evidências do mundo real	Não.	Não.	Não. (Comissão analisou horizontal (dados) e vertical)
Programas de bem-estar corporativo	Não.	Não.	Não. (Comissão analisou horizontal (dados) e vertical)

Fonte: Comissão Europeia. Decisão Caso M.9960, 2020, pp. 86-87

A análise da CE verificou que a operação não gerava preocupações sobre sobreposição horizontal nos mercados relevantes, pelo menos não no sentido tradicional. Contudo, considerando a possibilidade de uso da base de dados do Fitbit, a Comissão indicou que a operação teria potencial de fortalecer a posição dominante do Google, através de sobreposições horizontais de dados nos seguintes mercados: (i) serviços de publicidade online e tecnologias de anúncio; (ii) mecanismos de busca geral; (iii) serviços de saúde digitais.

No mercado de serviços de publicidade, a Comissão Europeia retratou a relevância dos dados armazenados pelo Fitbit, especialmente no que permitem, combinados com os dados já detidos pelo Google, construir um perfil de usuário mais completo, o que, por sua vez, serviria como alvo para publicidades personalizadas mais acuradas. Em especial, foi ressaltada a relevância de dados de localização e biometria. Ademais, a CE considerou que o Google já teria uma posição dominante no mercado de anúncios de busca, de modo que a combinação das bases de dados das duas empresas teria como efeito fortalecer ainda mais o poder de mercado da gigante da tecnologia.

O fortalecimento da posição dominante traz consigo potenciais anticompetitivos, dentre os quais: (i) dificuldade dos competidores igualarem os serviços prestados pelo Google, obstando sua capacidade de atrair anunciantes; (ii) elevação das barreiras à entrada, na inexistência de uma base de dados equivalente que poderia ser usada por novos entrantes; (iii)

redução do poder de escolha do usuário; (iv) aumento de preços pelo serviço prestado aos anunciantes; (v) redução da pressão competitiva sobre parâmetros não monetários, como qualidade e privacidade; (vi) redução da rivalidade, o que poderia também ensejar na redução dos inventivos para inovação.

Confirmando as preocupações elencadas, a Comissão verificou uma ausência de fatores compensadores. Primeiro, discorreu sobre barreiras à entrada e expansão, afirmando que embora existam diversas fontes de dados sobre saúde e bem-estar, as evidências sugeriam que nenhum outro competidor teria acesso a uma base de dados equivalente ao Fitbit. Ademais, considerando a presença de efeitos de rede, dificilmente novos entrantes conseguiriam se consolidar no mercado, bem como a competição já existente encontraria grande resistência para sua expansão.

Verificou também a ausência de poder de compra, uma vez que o mercado de publicidade – do lado do anunciante – é altamente pulverizado, sendo difícil que um anunciante tenha poder de barganha quando colocado de frente a um gigante como o Google. Sobre as eficiências, a CE aponta que, ainda que possam aumentar a curto prazo, como resultado da operação, a concentração no mercado pode, a longo prazo, desincentivar inovações e estimular o aumento de preços. Conclui, portanto, que a operação gera preocupações nesse segmento do mercado relevante.

No segmento dos serviços de busca gerais, a Comissão entendeu que embora os dados tenham valor nos mercados por si só, esse valor seria menos relevante do que nos casos de anúncios de pesquisa online. Nesse sentido, muito provavelmente não levariam a consolidação da posição do Google no mercado em questão. Assim, a CE concluiu que não existem significativos efeitos anticompetitivos decorrentes da sobreposição de dados no mercado de serviços de buscas gerais.

Por sua vez, no mercado de serviços de saúde digital, a Comissão apurou que outros dispositivos de pulso coletam uma quantidade, frequência e volume similar de dados dos usuários. Além disso, sustenta que existam muitas iniciativas que buscam adentrar no mercado de saúde digital, inclusive de agentes que tem posse ou capacidade de coletar uma quantidade de dados equivalentes ao Fitbit. Tais características do mercado, foram suficientes para atenuar as preocupações concorrenciais nesse segmento. Assim, a CE concluiu que seria improvável que a combinação de dados no mercado de serviços de saúde digitais gerasse efeitos negativos à concorrência.

Também no mercado de serviços de saúde digital, a Comissão Europeia observou potencial integração vertical. Afirmou que nesse mercado, o Fitbit detém uma das mais

completas bases de dados, que advém das informações coletadas do seu dispositivo de pulso, o que garante sua relevância no desenvolvimento de soluções inovadoras na área da saúde. A CE também apurou que um número significativo de terceiros acessa os dados do Fitbit através do Web API fornecido pela companhia.

Contudo, após a operação, o Google teria a habilidade de trancar o acesso desses terceiros ao Web API, restringindo também o acesso aos dados. E ainda que o acesso continuasse liberado, o Google teria total controle sobre as informações que sobem para o site, criando barreiras aos competidores de menor porte que necessitam desses dados para sobreviver no mercado. Concluiu, portanto, que haveria possibilidade de fechamento do mercado.

Quanto aos incentivos e efeitos, a Comissão entendeu que a restrição do acesso de dados enfraqueceria a competição, já que um grande número de empresas ativas, incluindo startups, utilizam a base de dados do Fitbit. Nesse sentido, a CE considera que a operação poderia afetar negativamente o mercado, gerando preocupações concorrenciais.

Como já mencionado, para lidar com os potenciais efeitos anticompetitivos causados pela operação, a Comissão impôs uma série de remédios ao Google, principalmente a fim de garantir que a companhia mantenha o acesso aberto à base de dados do Fitbit, bem como não utilize-se da concentração de dados para alavancar-se no mercado de publicidade online, como se pode ver na tabela abaixo:

Tabela 02 – Remédios aplicados pela Comissão Europeia no caso Google/Fitbit

Remédios	Categoria
Compromissos relacionados a anúncios	
1. O Google se compromete a não usar dados corporais medidos ou dados de localização de atividades de saúde e condicionamento físico no Google Ads	Comportamental
2. O Google se compromete a manter a Separação de Dados.	Comportamental
3. O cumprimento dos compromissos estabelecidos [...] deve ser alcançado por meio de uma estrutura técnica de armazenamento de dados composta por controles técnicos e de processo auditáveis, refletidos na seguinte abordagem: <ul style="list-style-type: none"> a. Conta separada para inscrição dos dados coletados pelo Fitbit, sendo proibida a transferência subsequente para o Google b. Manutenção de um armazenamento de dados de acesso restrito c. Implementação de permissão de acesso ao armazenamento de dados de acesso restrito d. Implementação de um sistema de proteção de dados, para garantir a separação entre as bases 	Comportamental
4. Os meios técnicos pelos quais o Google obtém a Separação de Dados podem mudar ao longo do tempo para refletir tecnologias e padrões em evolução. Quaisquer alterações estarão sujeitas à supervisão do Agente Fiduciário de Monitoramento.	Comportamental
5. O Google se compromete a apresentar a cada Usuário do EEE a opção de conceder ou negar o uso por Outros Serviços do Google de quaisquer Dados Corporais Medidos armazenados em sua Conta do Google ou Conta Fitbit.	Comportamental
6. O compromisso estabelecido [...] não prejudica e não deve ser interpretado com base em quaisquer leis ou regulamentos de privacidade ou proteção de dados, e	Comportamental

não está sob a jurisdição ou competência de quaisquer reguladores de privacidade ou proteção de dados.	
Compromissos relacionados ao acesso de API	
7. O Google se compromete a manter o acesso, sujeito ao consentimento do usuário de acordo com as leis aplicáveis e sem cobrança de acesso, aos Dados Corporais Medidos Suportados para Usuários de API sujeitos às seguintes condições: <ul style="list-style-type: none"> a. Compliance com os termos de serviço da plataforma Fitbit ou do Google b. Compliance com os regulamentos de privacidade e segurança c. O google pode terminar o acesso por violação de qualquer desses requerimentos 	Estrutural/ Comportamental
8. O acesso pode ser fornecido através: (i) da Fitbit Web API existente (condicionada ao usuário cujos Dados Corporais Medidos Suportados estão sendo acessados usando uma Conta Fitbit); ou (ii) a relevante API do Google (condicionada ao usuário cujos Dados Corporais Medidos Suportados estão sendo acessados usando uma Conta do Google).	Estrutural/ Comportamental
9. Após a Data de Vigência e durante a vigência dos Compromissos, os tipos de Dados Corporais Medidos podem ser adicionados ao escopo dos Dados Corporais Medidos Suportados, conforme estabelecido no Mecanismo de Atualização.	Estrutural/ Comportamental
Compromissos relacionados ao API de Android	
10. O Google se compromete a disponibilizar as Core Interoperability APIs, sem cobrança de acesso, sob os mesmos termos e condições de licença que se aplicam a todas as outras APIs do Android que o Google disponibiliza como parte do AOSP e de forma não discriminatória, ou seja, sem diferenciar sua disponibilidade ou funcionalidade, dependendo se eles são acessados por um dispositivo de pulso ou aplicativo complementar ou um dispositivo de pulso de terceiros ou aplicativo complementar de terceiros.	Estrutural/ Comportamental
11. O Google se compromete a não degradar as APIs de interoperabilidade principais reduzindo sua funcionalidade para dispositivos de pulso de terceiros em relação aos dispositivos de pulso de terceiros.	Estrutural/ Comportamental
12. O Google se compromete ainda: <ul style="list-style-type: none"> a. Não discriminar OEMs de dispositivos de pulso retendo, negando ou atrasando o acesso dos OEMs de dispositivos de pulso às funcionalidades das APIs do Android que o Google disponibiliza para outros desenvolvedores de aplicativos para smartphones Android para uso com um aplicativo Android. b. Não discriminar entre OEMs de dispositivos de pulso e outros desenvolvedores de aplicativos para smartphones Android em relação à alteração, substituição ou desativação de APIs do Android. c. Não discriminar entre OEMs de dispositivos de pulso e outros desenvolvedores de aplicativos para smartphones Android em termos do acesso que ele fornece às visualizações do desenvolvedor. d. Não discriminar entre OEMs de dispositivos de pulso outros desenvolvedores de aplicativos para smartphones Android em termos de acesso que fornece à documentação do desenvolvedor. 	Estrutural/ Comportamental
13. O Google não contornará estes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> a. Ao discriminar entre OEMs de dispositivos vestíveis usados no pulso e outros desenvolvedores de aplicativos para smartphones Android em termos de avisos, mensagens de erro ou solicitações de permissão exibidas em aplicativos Android. b. Por meio de condições impostas ao acesso à Google Play Store por aplicativos complementares de OEMs de dispositivos vestíveis no pulso (por exemplo, em relação ao uso de dados coletados pelo OEM de dispositivos vestíveis no pulso ou ao uso de APIs do Android por terceiros Dispositivo vestível usado). 	Estrutural/ Comportamental
14. Para evitar dúvidas, o Google terá permissão de acordo com estes Compromissos para: <ul style="list-style-type: none"> a. Disponibilizar, exclusivamente para fins de desenvolvimento e teste de API, APIs Android em desenvolvimento internamente no Google ou para determinados terceiros 	Estrutural/ Comportamental

b. Desenvolver recursos associados a produtos, aplicativos ou serviços próprios do Google, para uso exclusivo com um dispositivo vestível de pulso de primeira, ou como parte de uma parceria com um terceiro, desde que a implementação de tais recursos não impeça de qualquer forma, o funcionamento das APIs do Android para dispositivos de pulso	
15. O Google não violará estes Compromissos no caso de qualquer degradação da interoperabilidade entre um Smartphone Android e um Dispositivo de pulso de terceiros que seja exclusiva ou principalmente atribuível a quaisquer atos ou omissões de um OEM Android, Aplicativo para smartphone Android Desenvolvedor ou OEM de dispositivo de pulso.	Estrutural/ Comportamental
Monitoramento por um Trustee	

Fonte: Elaboração própria

Interessante notar que, na classificação dada pela CADE, todos os remédios impostos teriam natureza comportamental. De modo geral, o Conselho entende que remédios comportamentais envolvem práticas comerciais sem a transmissão de direitos e ativos (CADE, 2018), nos termos em que foi aplicado os remédios quanto ao mercado de publicidade online. Quanto as integrações verticais, entende a autarquia que os remédios configurariam “obrigações de concessão de acesso a insumos considerados fixos, e.g., infraestrutura com características de infraestrutura essencial (*essential facility*) ou a direitos de propriedade intelectual”, consoante verificado nos remédios de acesso aos APIs (CADE, 2018, p. 40).

Para a Comissão Europeia, a definição de remédio estrutural abrange um escopo mais amplo, englobando aqueles remédios que sugerem a concessão de acesso a infraestrutura ou tecnologia ou licenciamento de tecnologia ou propriedade intelectual como remédios estruturais (FRANK, 2021). Nesse sentido, os remédios relacionados ao acesso ao API podem ser considerados como estruturais na conceituação da autoridade europeia.

Por fim, importa ressaltar que embora a Comissão tenha abordado as preocupações com privacidade de forma superficial, limitando-se a afirmar que as requerentes devem seguir as disposições e princípios do RGPD e que, portanto, tais preocupações estariam foras do limite do controle dos atos de concentração, este foi o caso analisado que mais foi ao encontro das teorias do dano elaboradas pela doutrina antitruste. Ainda que a questão da privacidade não tenha sido abordada de forma direta, por exemplo com discussões sobre os regimes de *opt-in e opt out*, compensação pelo uso dos dados ou limitações ao consentimento do usuário, a decisão acerta em buscar obstar a falha de mercado que impede a criação de um ambiente competitivo e a escolha do consumidor.

4.2. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA BRASILEIRA NO CONTROLE DE ESTRUTURAS EM MERCADOS DIGITAIS

A Lei de Defesa da Concorrência disciplina o controle de estruturas em seus arts. 88 e 99, que ocorre a partir de um sistema de notificação prévia (*ex ante*) definido a partir de critérios cumulativos de faturamento bruto anual. Para além da LDC, a análise concorrencial do CADE é baseada em seu Regimento Interno, no Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração Horizontal (Portaria Conjunta SAE/SDE nº 50/2001), na Resolução CADE nº 2/2012 e na própria jurisprudência do órgão (BRASIL, 2022).

Nos termos do art. 90 da LDC, são atos de concentração aqueles que envolvem a fusão de duas ou mais empresas, formando um novo agente econômico; a aquisição de controle ou de partes de uma ou mais empresas através da compra ou permuta de ações, quotas, títulos ou valores mobiliários; a incorporação de uma ou mais empresa por outra(s); e a celebração de contrato associativo, consórcio ou joint venture.

Uma vez notificado, o CADE terá 240 (duzentos e quarenta) dias para decidir acerca do mérito da operação, prorrogáveis por mais 60 (sessenta) dias a pedido das partes ou em até 90 (noventa) dias em função de decisão fundamentada da autoridade antitruste acerca da complexidade do caso. A análise inicial é feita pela Superintendência-Geral, que irá optar pela adoção do rito sumário – mais célere e superficial - ou ordinário – mais aprofundado – a depender da complexidade e significância da concentração gerada pela operação.

Para os atos de concentração ordinários, a SG ou o Tribunal deverão observar as seguintes etapas: (i) identificação do mercado relevante; (ii) análise das participações de mercado; (iii) análise da probabilidade do poder de mercado, balizada na avaliação da tempestividade, probabilidade e suficiência das entradas, bem como da rivalidade existente no mercado e riscos de coordenação; (iv) análise das eficiências, na qual se analisa a existência, o repasse para os consumidores e a suficiência e amplitude destas para compensar qualquer impacto negativo que possa advir da concentração; e (v) análise dos efeitos líquidos e das possibilidades de colusão (FRAZÃO, 2017).

Para além da reprovação ou aprovação sem restrições, caso o Tribunal ou a Superintendência-Geral geral identifiquem alguma situação estrutural ou comportamental capaz de inviabilizar a operação proposta, poderão estes sugerir o estabelecimento de Acordo em Controle de Concentrações – ACC, a fim de sanar e remediar eventuais problemas identificados na concentração, permitindo sua aprovação (BRASIL, 2022).

Feitas essas breves considerações acerca do sistema de controle de estruturas brasileiro e as regras a ele aplicáveis, passa-se a análise dos casos julgados por essa autoridade, em termos quantitativos (4.2.2) e qualitativos (4.2.3), não sem antes elucidar acerca da metodologia escolhida para a coleta de dados na presente pesquisa (4.2.1).

4.2.1. Metodologia de coleta de dados de decisões do CADE no controle de estruturas em mercados digitais

O presente tópico objetiva examinar os atos de concentração em mercados digitais julgados pelo CADE, a fim de verificar os aspectos essenciais que guiam o Conselho nessa análise, em especial, de que forma a referida autoridade vem enxergando a concentração de dados no âmbito do controle de estruturas nesse mercado, bem como analisar a aplicação das teorias do dano no julgamento dos casos concretos.

Para tanto, foi realizada pesquisa empírica dos processos julgados pela referida autoridade nos últimos 2 (dois) anos, de 01.01.2020 à 31.12.2021. Optou-se por excluir da análise o ano de 2022, a fim de evitar quaisquer distorções temporais, uma vez que a presente pesquisa foi realizada em julho e agosto do referido ano, isto é, antes do seu término, o que impediria a coleta de dados completos.

A fim de possibilitar a seleção dos processos que discutam a temática proposta, foram efetuados dois protocolos na Plataforma Integrada de Ouvidoria e Acesso à Informação, em observância à Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação). No primeiro protocolo (08198.020729/2022-68)⁴¹ requisitou-se o compartilhamento de planilha interna na qual fossem listados e detalhados os atos de concentração julgados pela autarquia a partir de 2012, quando entrou em vigor a Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011 (“Lei de Defesa da Concorrência”). Em resposta, o CADE enviou duas planilhas, uma das quais listava os atos de concentração julgados juntamente com os mercados relevantes investigados.

Buscando facilitar o processo de filtragem do mercado relevante, foi realizado novo protocolo (08198.021562/2022-52)⁴² no qual foram requisitadas informações específicas sobre eventuais atos de concentração no mercado digital, bem como uma lista com os referidos

⁴¹ O pedido protocolado, bem como a resposta do CADE podem ser consultados a partir do seguinte link: http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/_layouts/15/DetallePedido/DetallePedido.aspx?nup=08198020729202268

⁴² O pedido protocolado, bem como a resposta do CADE podem ser consultados a partir do seguinte link: http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/_layouts/15/DetallePedido/DetallePedido.aspx?nup=08198021562202252

processos para que a análise pudesse ser aprofundada a partir da ferramenta de pesquisa pública. Contudo, sob justificativa da pouca quantidade de resultados encontrados, o CADE encaminhou novamente a planilha completa com todos os atos de concentração julgados pela autarquia para análise.

Assim, a fim de delimitar a base de dados a ser estudada na presente monografia, filtrou-se a tabela recebida a partir dos seguintes termos: digital/digitais; tecnologia; plataforma; online; internet; software; informação. Os processos encontrados foram verificados um a um, para confirmar se de fato apresentavam as características do mercado pretendido, direta ou indiretamente.

Desta maneira, nos termos acima descritos, a pesquisa gerou resultado para 80 (oitenta) processos, os quais foram resumidamente enumerados e podem ser conferidos no ANEXO II deste documento. Frise-se que tais resultados indicam apenas uma amostra dos julgados da autoridade, não havendo pretensão da autora de esgotar todos os casos trabalhados nesse período pela autarquia no tema de mercados digitais, mas apenas verificar se da amostragem encontrada podem ser retiradas tendências de julgamento do CADE nesse mercado.

Delimitada a base de processos a ser analisada, fez-se uma análise pormenorizada de cada um deles, organizando as principais informações em planilha do excel, de modo que os casos foram destrinchados em diversas categorias, dentre as quais: número do processo; procedimento (ordinário ou sumário); requerentes; abrangência da operação; critério de notificação; instância/relator; data de notificação; data da decisão da SG; data da decisão final do tribunal; mercado relevante (produto e geográfico); natureza da operação; enquadramento legal; teor da decisão (tribunal e SG); remédios; concentração horizontal; concentração vertical, dentre outros.

Diante dos resultados obtidos, passa-se a análise quantitativa (4.2.2) e qualitativa (4.2.3) dos oitenta atos de concentração encontrados nas bases de pesquisa do CADE que tem como pano de fundo a discussão acerca de mercados digitais.

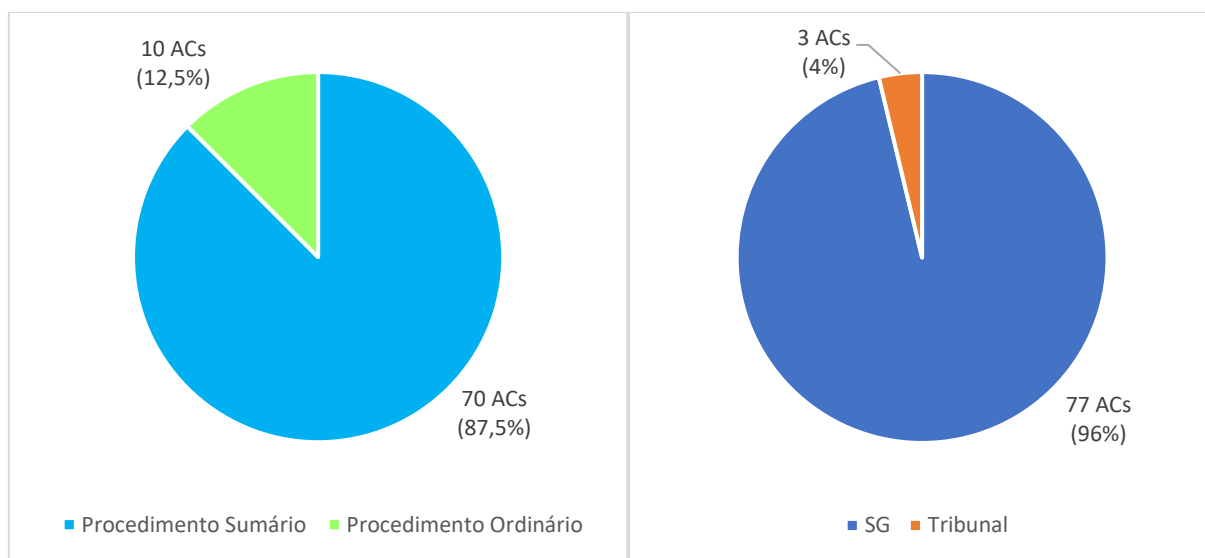
4.2.2. Análise quantitativa da experiência brasileira no controle de estruturas em mercados digitais

Conforme indicado no tópico *supra*, foram analisados um total de 80 (oitenta) atos de concentração que de alguma maneira tratavam de mercados digitais e se enquadravam no tema proposto para essa pesquisa. Nesse tópico, busca-se mapear as principais características dos

processos estudados, a fim de imprimir, em termos quantitativos, um perfil da análise concorrencial de concentrações no mercado digital brasileiro.

De início, verificou-se que do total de 80 (oitenta) atos de concentração analisados, o CADE adotou o procedimento sumário para 70 (setenta) deles, isto é, 87,5% dos casos apresentavam pouco ou nenhum potencial ofensivo à concorrência. Em contrapartida, para apenas 10 (dez) processos (12,5%) o CADE entendeu que haveria uma maior complexidade na análise, adotando o rito ordinário. Ademais 77 (setenta e sete) processos foram decididos no âmbito da Superintendência-Geral (96%), enquanto apenas 3 (processos) subiram para o Tribunal da autarquia (4%).

Figura 11 - Procedimento adotado pelo CADE no julgamento dos ACs em mercados digitais e Figura 12 – Proporção de atos de concentração julgados pelo Superintendência Geral e pelo Tribunal do CADE



Fonte: Elaboração própria (2022)

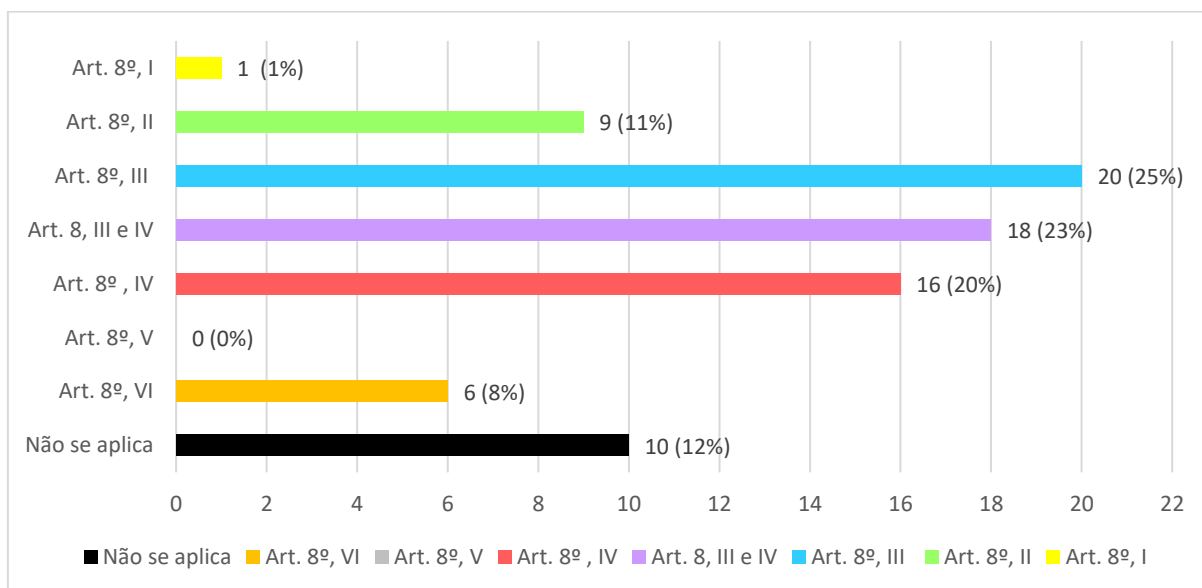
Diferentes foram as razões que motivaram a Superintendência-Geral na escolha do rito sumário para o julgamento dos atos de concentração mencionados, tendo a autoridade enquadrado sua escolha em diferentes hipóteses, consoante define a Resolução CADE nº 2, de 29 de maio de 2012⁴³. Verificou-se que a justificativa mais utilizada foi a baixa participação de mercado com sobreposição horizontal (25%), seguida da baixa participação de mercado com integração vertical (20%), nos termos do art. 8º, III e IV, respectivamente, da referida resolução.

⁴³ Importa notar que a Resolução nº 2/2012 foi revogada pela Resolução CADE nº 33, de 14 de abril de 2022. Contudo, como a presente pesquisa ocupou-se apenas dos casos julgados entre 2020 e 2021, considerar-se-á as disposições da resolução atualmente revogada, mas vigente à época.

Ainda, constatou-se que a SG enquadrrou 68% dos atos de concentração de rito sumário nas justificativas do art. 8º, III e/ou IV, de modo que a baixa participação de mercado foi suficiente para que se entendesse haver pouco ou nenhum potencial lesivo ao mercado. Tal fato, pode estar ligado a supra mencionada dificuldade de definir o mercado relevante no âmbito da economia digital, em razão da coexistência de vários modelos de negócios e fronteiras fluídas. Também indica que a autarquia tem pautado suas análises sob ferramentas mais tradicionais e estáticas, como participação de mercado, ao invés de examinar a dinâmica da economia digital.

A substituição de agentes econômicos também teve relevância significativa no enquadramento do rito sumário (11%), o que pode denotar também outro problema das concentrações em mercados digitais, como a entrada de grandes players em mercados não diretamente relacionados, o que, embora não indique uma concentração horizontal ou integração vertical nos termos tradicionais, pode permitir uma concentração de dados dos usuários finais. No mais, verificou-se a baixa incidência de joint-ventures clássicas ou cooperativas (1%) ou da ausência denexo de causalidade (0%), conforme pode-se extrair do gráfico a seguir:

Figura 13 – Fundamentação e enquadramento legal para adoção do procedimento sumário no julgamento dos ACs em mercados digitais



Resolução nº 2, de 29 de maio de 2012

Art. 8º São hipóteses enquadráveis no Procedimento Sumário, as seguintes operações:

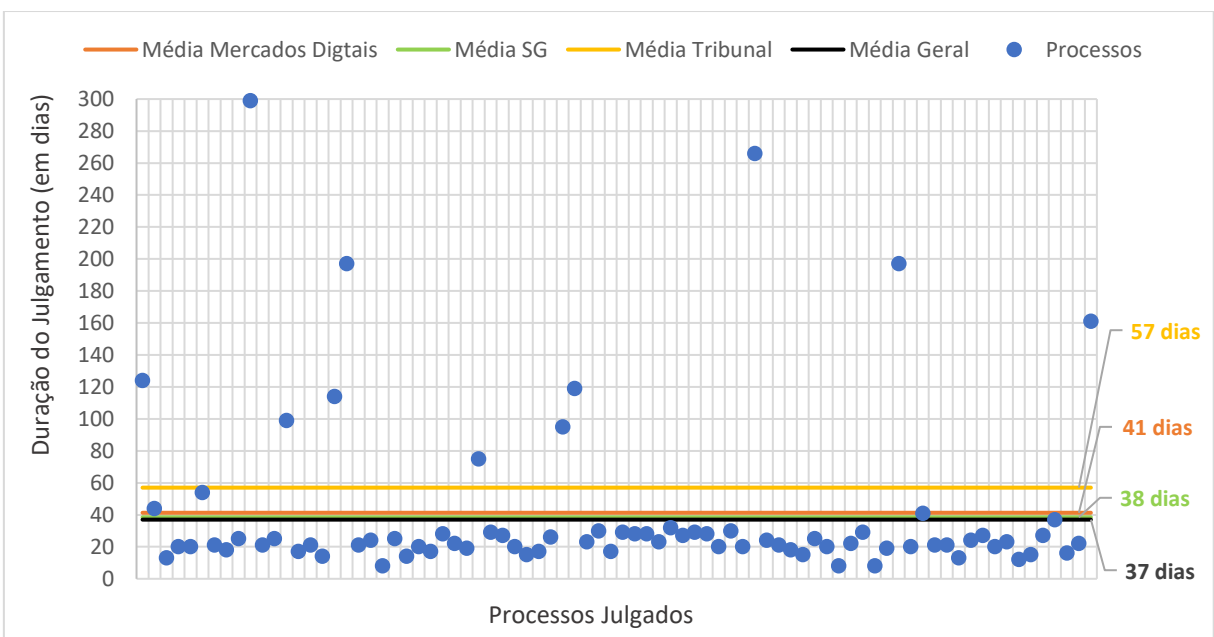
- | | |
|----|--|
| I | I - Joint-Ventures clássicas ou cooperativas: casos de associação de duas ou mais empresas separadas para a formação de nova empresa, sob controle comum, que visa única e exclusivamente à participação em um mercado cujos produtos/serviços não estejam horizontal ou verticalmente relacionados; |
| II | II – Substituição de agente econômico: situações em que a empresa adquirente ou seu grupo não participava, antes do ato, do mercado envolvido, ou dos mercados verticalmente relacionados e, tampouco, de outros mercados nos quais atuava a adquirida ou seu grupo; |

III	Baixa participação de mercado com sobreposição horizontal: as situações em que a operação gerar o controle de parcela do mercado relevante comprovadamente abaixo de 20%, a critério da Superintendência-Geral, de forma a não deixar dúvidas quanto à irrelevância da operação do ponto de vista concorrencial;
IV	Baixa participação de mercado com integração vertical: nas situações em que nenhuma das requerentes ou seu grupo econômico comprovadamente 5 controlar parcela superior a 30% de quaisquer dos mercados relevantes verticalmente integrados.
V	Ausência denexo de causalidade: concentrações horizontais que resultem em variação de HHI inferior a 200 desde que a operação não gere o controle de parcela de mercado relevante superior a 50%.
VI	Outros casos: casos que, apesar de não abrangidos pelas categorias anteriores, forem considerados simples o suficiente, a critério da Superintendência-Geral, a ponto de não merecerem uma análise mais aprofundada

Fonte: Elaboração própria (2022)

A opção pelo procedimento sumário ou ordinário influem ainda em outro dado colateral, mas igualmente relevante: a duração dos julgamentos dos atos de concentração em mercados digitais. Apurou-se que, em média, entre a data de notificação da operação e a data do julgamento final, o CADE levou em média 41 (quarenta e um) dias para tomar uma decisão final acerca dos atos de concentração, pouco mais do que a média geral da autoridade no mesmo período, de 37 dias. No âmbito da SG a média foi um pouco mais curta, de 38 (trinta e oito) dias. Em contrapartida, para os casos que subiram ao tribunal, a partir do momento em que esses processos saíram do âmbito da SG, o Tribunal levou cerca de 57 (cinquenta e sete) dias em média para decidir. Nota-se que se tratam se períodos mais exíguos daqueles observados na União Europeia.

Figura 14 – Duração e média do período de julgamento dos ACs em mercados digitais julgados pelo CADE

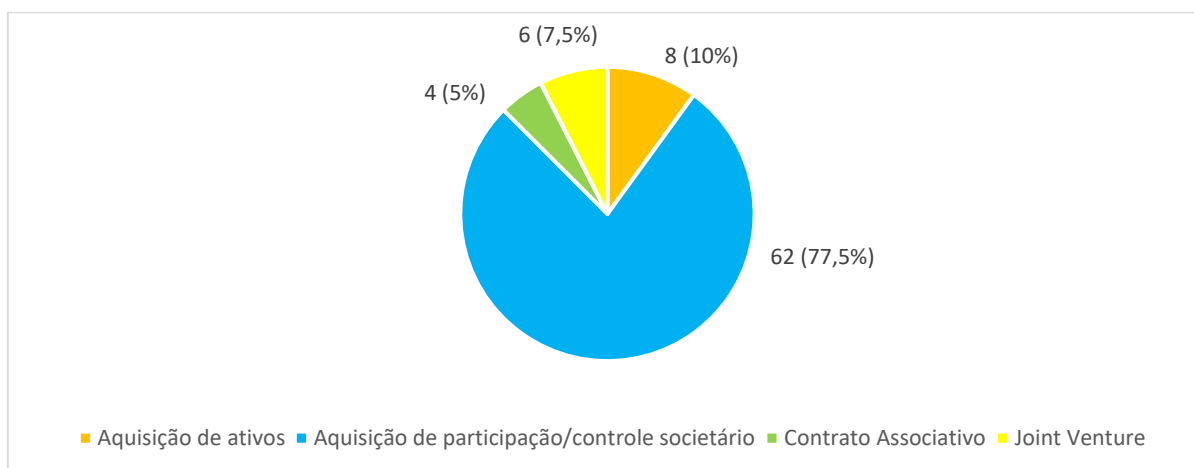


Fonte: Elaboração própria (2022)

Sobre a natureza das operações relativas a mercados digitais notificadas ao CADE, verificou que a grande maioria das operações tratava da aquisição de participação societária ou controle (77,5%), o que indicou tanto uma tentativa de entrada de empresas tradicionais na economia digital, como o crescimento e fortalecimento do leque de serviços ofertados por empresas que já atuavam nesse mercado – nesse caso, cumpre destacar que foi comum encontrar a aquisição de startups por empresas já consolidadas, o que eventualmente pode denotar efeitos anticompetitivos nos termos estudados pelas teorias de *killers acquisitions*.

As aquisições de participação/controle societário foram seguidas das operações de aquisições de ativos (10%), principalmente em relação a infraestrutura necessária para realizar atividades no mercado digital, por exemplo a compra de programas de computador (software) para empregar em plataforma online⁴⁴ ou ativos relacionados ao ecossistema de plataformas digitais⁴⁵. Logo depois, aparecem as joint ventures (7,5%), nos quais observou-se, de modo geral, que as empresas atuantes no mercado tradicional, como o mercado de saúde⁴⁶ ou operadores de foodservice⁴⁷, juntavam-se umas com as outras e/ou com empresas do mercado tecnologia para oportunizar o investimento e a entrada no mercado de plataformas digitais. Por fim, destaca-se os contratos associativos (5%), dois quais apurou-se tanto a realização de contrato para o compartilhamento de dados de usuários no âmbito de serviços de informações de créditos⁴⁸, quanto para o desenvolvimento conjunto de tecnologias⁴⁹.

Figura 15 – Natureza das operações relativas a mercados digitais notificadas ao CADE entre os anos de 2020 e 2021



Fonte: Elaboração própria

⁴⁴ Vide AC nº 08700.003247/2021-35

⁴⁵ Vide AC nº 08700.006596/2021-17

⁴⁶ Vide AC 08700.006000/2020-90

⁴⁷ Vide ACs nº 08700.006662/2020-60 e 08700.001691/2021-16

⁴⁸ Vide ACs 08700.006373/2020-61, 08700.002424/2021-66 e 08700.005865/2020-39

⁴⁹ Vide ACs 08700.001710/2021-12

Na análise do mercado relevante afetado pela operação, verificou-se que a atuação das requerentes se enquadrava em uma ampla gama de mercados, de modo que para fins de permitir uma análise macro dos principais segmentos envolvidos nas concentrações no mercado digital, optou-se por agrupar e categorizar os processos nos seguintes mercados:

- a) Comércio varejista online (e-commerce): O CADE divide o e-commerce em duas frentes: (i) o *marketplace*, que funciona de modo semelhante a um shopping virtual, no qual a plataforma engloba diferentes produtos de fornecedores diversos, disponíveis para a compra do usuário; (ii) loja online própria, onde o lojista contrata uma plataforma de e-commerce para vender produtos exclusivos de sua marca.⁵⁰ Nesse mercado, foram encontrados 2 (dois) processos julgados sob o rito ordinário e 4 (quatro) sob o rito sumário. Nos casos analisados verificou-se que pelo menos uma ou ambas empresas requerentes atuavam a partir de serviços de *marketplaces*, isto é, mercados de dois ou mais lados.
- b) Soluções no mercado de pagamento: Para as operações que giravam em torno de um portal eletrônico de conta digital ou *gateway* online de pagamentos. Nos processos analisados no mercado de soluções de pagamento, observou-se principalmente a prestação de dois serviços: (i) de subcredenciamento, que volta-se para a exploração do comércio virtual (e-commerce), habilitando os estabelecimentos comerciais para aceitação dos instrumentos de pagamento, de modo que o agente que opera nesse mercado oferece, entre outros serviços, a possibilidade de que usuários cadastrados realizem transações eletrônicas sem precisar repassar às lojas virtuais suas informações financeiras; (ii) de *gateway*, que funciona a partir da integração de lojas virtuais à empresas credenciadoras, ficando o agente responsável pela autorização dos pagamentos feitos online, isto é, o serviço de *gateway* consiste na implantação de uma interface digital para intermediação de compras online.⁵¹ Nesse mercado, foram encontrados 2 (dois) processos julgados sob o rito ordinário e 12 (doze) sob o rito sumário.
- c) Serviços de informações de crédito: Para as operações que envolviam o compartilhamento de dados de usuários para suprir organismos de proteção ao ciclo de crédito e prevenção a fraudes. As operações no mercado de serviços de informação de crédito foram todas examinadas sob o rito do procedimento ordinário, permitindo

⁵⁰ ACs 08700.004799/2020-80 e 08700.002351/2021-11

⁵¹ AC 08700.006293/2020-13

análises mais aprofundadas sobre potenciais efeitos anticompetitivos nesse mercado. Trata-se de um mercado de dois lados, no qual atores com interesses diferentes (fontes e consulentes) são conectados por uma plataforma de intermediação: os bureaux de crédito.

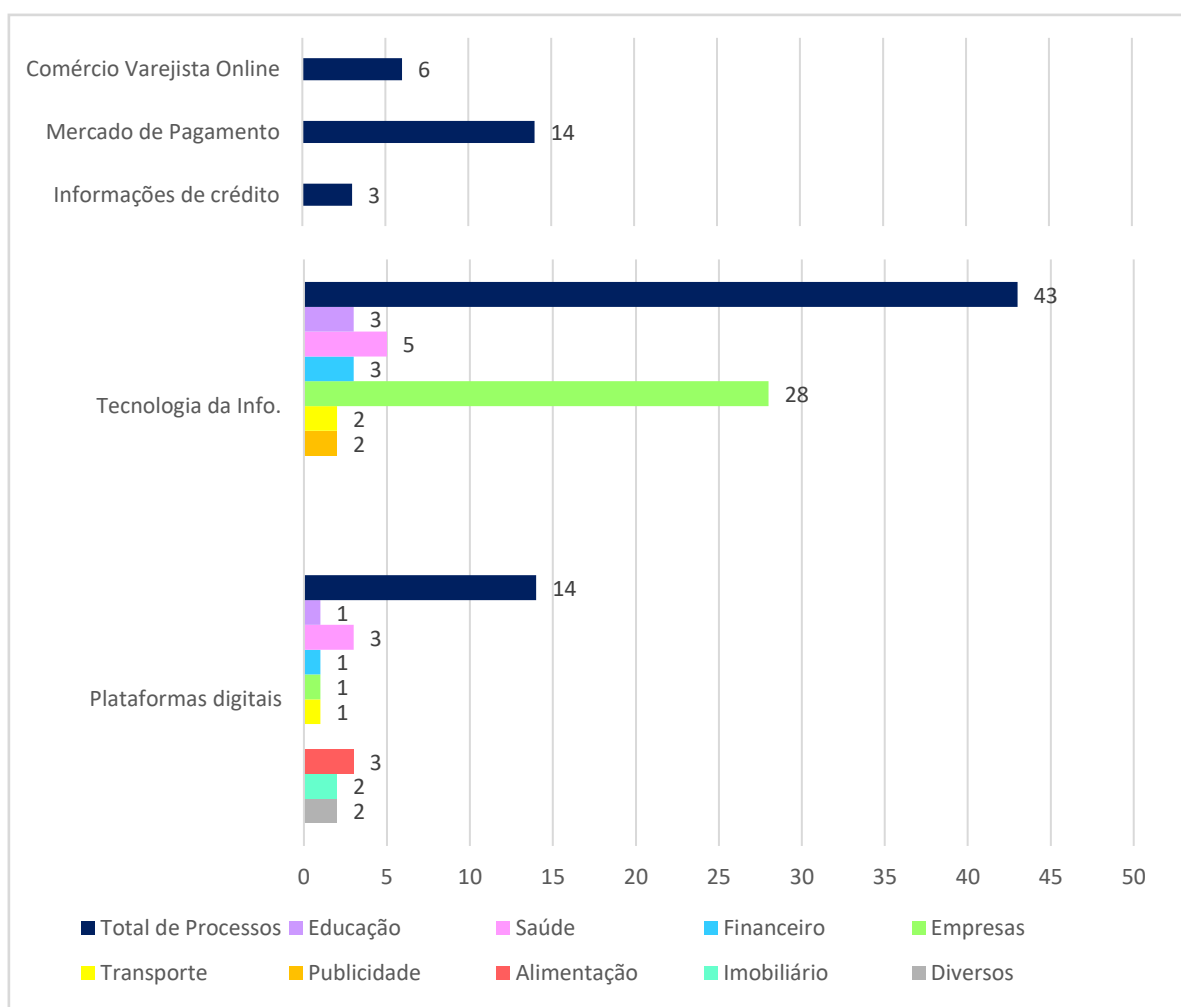
- d) Serviços de tecnologia da informação: Para as operações que envolvam a aquisição ou a prestação de serviços de infraestrutura ou insumos para a realização de atividades no mercado digital, como data centers e *softwares*. Pautando-se nas classificações adotadas por organizações especializadas no setor, como *International Data Corporation* (IDC), Gartner, Inc. e Associação Brasileira de Empresas de Software – ABES, o CADE divide o mercado de tecnologia da informação em dois: (i) softwares, categoria que abrange o desenvolvimento de aplicativos, infraestrutura, segurança e produção local para exportação; e (ii) serviços de TI, que englobam as atividades de consultoria e planejamento, integração de sistemas, outsourcing, treinamento, software sob encomenda, serviços de suporte e desenvolvidos no exterior. Nesse mercado, foram encontrados 1 (um) processo julgado sob o rito ordinário e 42 (quarenta e dois) sob o rito sumário.
- e) Plataformas digitais ou de intermediação: Para as operações que envolvam a criação ou utilização de plataforma digital como produto principal de sua atividade. Tais plataformas atuam a partir da conexão entre dois grupos de usuários, por exemplo fornecedores e consumidores finais. Dos 14 (catorze) processos analisados nesse mercado, 2 (dois) foram julgados sob o rito ordinário

Para além das categorias macro, dividiu-se também os processos em subcategorias, em vista dos setores econômicos relacionados a atuação das tecnologias aplicadas na categoria principal, quais sejam os setores: (a) de transporte; (b) imobiliário; (c) de educação; (d) de saúde; (e) empresarial; (f) de publicidade; (g) de alimentação; (h) financeiro; e (i) diversos. Essas subcategorias foram principalmente observadas no âmbito das plataformas digitais e de intermediação e dos mercados de tecnologia da informação.

Pois bem, apurou-se que o mercado com a maior incidência foi o de mercado de tecnologia da informação (54%), o que mostra que a maior parte dos casos notificados ao CADE no âmbito dos mercados digitais não são de agentes que necessariamente detêm presença online, mas sim que oferecem serviços e insumos para permitir essa atividade. Embora tenha sido possível notar uma gama diversificada nos setores de atuação, ficou claro que esses serviços são predominantemente ofertados no setor empresarial.

Em seguida, aparecem as plataformas digitais e de intermediação (17,5%), que indicaram uma atuação pulverizada nos setores econômicos analisados. No mesmo patamar estão as soluções no mercado de pagamentos (17,5%), o que pode indicar uma tendência de digitalização desse mercado transacional, a partir da disponibilização de serviços de plataformas de contas e carteiras digitais, bem como inovações nos mercados de pagamento online. Após, com uma taxa de aparição menos expressiva, apesar dessa ser uma das imagens mais usualmente associadas aos mercados digitais, tem-se os mercados de comércio varejista online (7%), tanto em relação a lojas virtuais como em relação a oferta de serviços de *marketplace*. Por fim, aparecem os mercados de serviço de informações de crédito (4%), que apesar da pouca incidência, ensejaram discussões muito interessantes acerca da concentração de dados no âmbito do CADE, que serão melhor analisadas no próximo tópico.

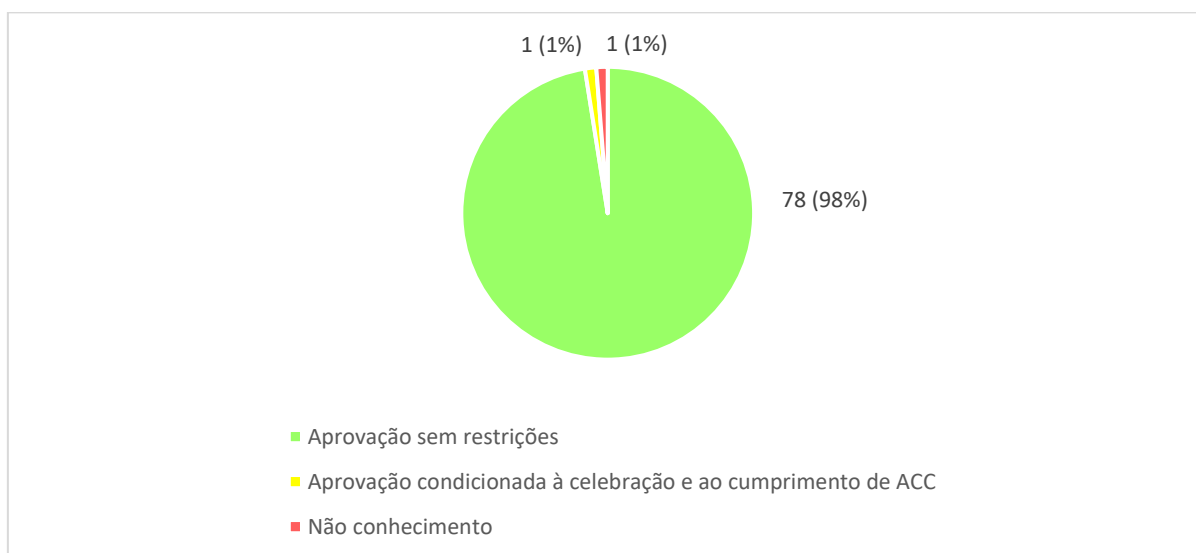
Figura 16 – Mercados Relevantes afetados pelas concentrações em mercados digitais notificados ao CADE entre 2020 e 2021



Fonte: Elaboração própria (2022)

Acerca do mérito do julgamento, verificou-se que em apenas um dos casos entendeu a autoridade ser necessária a imposição de remédios para evitar efeitos anticompetitivos, enquanto em outra, o CADE entendeu pelo não conhecimento do ato de concentração, tendo as demais 78 (setenta e oito) operações sido aprovada sem restrições. Observa-se, no mesmo sentido do que foi visto na União Europeia, que a autoridade antitruste brasileira não tem apontado grandes preocupações com os efeitos anticompetitivos usualmente associados aos mercados digitais, de modo que poucas vezes tais preocupações foram endereçadas e quando endereçadas, foram afastadas com certa facilidade pelas análises de participação de mercado.

Figura 17 – Mérito do julgamento de atos de concentração em mercados digitais notificados ao CADE entre os anos de 2020 e 2021



Fonte: Elaboração própria (2022)

Assim, de modo geral, a SG e o Tribunal entenderam não haver significativas concentrações de poder de mercado ou capacidade de atuar de forma abusiva no mercado, resultando em fechamento ou impactos negativos em quaisquer dos mercados relevantes, o que resultou na aprovação sem restrições da esmagadora maioria dos julgados. Conforme extraído das análises, isso se deu principalmente em razão de dois motivos: (i) da baixa participação de mercado das requerentes; (ii) do mercado altamente diluído e competitivo.

Tais resultados de julgamento refletem os achados acerca dos elementos decisórios e de análise do CADE nos atos de concentração nesse mercado. Isso porque, a autarquia apurou poucas sobreposições horizontais ou integrações verticais no mercado, e quando encontrou, tais

sobreposições eram não significativas – com participações de mercado abaixo do patamar de 20% –, ou as integrações não apresentavam potencial para fechamento de mercado.

Quanto as sobreposições horizontais, constatou-se que em 32 (trinta e dois) ACs (39,5%) o CADE entendeu não haver nenhum tipo de sobreposição horizontal, tendo a autarquia afirmado, de modo geral, que as requerentes atuavam em segmentos distintos do mercado digital. Para 46 (quarenta e seis) ACs (58%) o CADE entendeu que apesar de existir uma sobreposição horizontal entre as atividades da requerente, essa sobreposição não era significativa e não causava riscos a concorrência, de modo que as participações de mercado se mantinham inferiores a 20% ou, nos casos em que uma das empresas já possuía maior participação no mercado, o Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)⁵² era inferior a 1.500 pontos.

Por sua vez, em apenas 2 (dois) ACs (2,5%) CADE apurou que a participação conjunta das Requerentes era superior a 20%, com mercado moderadamente concentrado ($\Delta\text{HHI}>200$ pontos), de modo a aprofundar a análise da sobreposição horizontal para além da possibilidade de exercer poder de mercado, avaliando a probabilidade desse exercício. A análise da probabilidade centrou-se em dois pontos: (i) das barreiras à entrada, na qual, de modo geral, concluiu que não existiriam barreiras legais ou regulatórias que impeçam ou possam retardar a entrada de agentes, bem como haveria histórico de entradas nos últimos anos, com uma facilidade e flexibilidade de aquisição de insumos; (ii) da rivalidade, tendo o CADE, de modo geral entendido serem suficientes as condições de rivalidade apresentadas para mitigar eventuais preocupações concorrenciais, principalmente em razão da baixa assimetria de informações, o conhecimento dos custos de insumo e a baixa fidelidade dos clientes a uma marca. Assim, apesar das preocupações iniciais levantadas com a possibilidade de exercer poder de mercado, ambos processos⁵³ foram aprovados sem restrições.

Sobre possíveis integrações verticais nos mercados digitais, os resultados foram os seguintes: (i) em 34 (trinta e quatro) ACs (42,5%) não foram identificadas integrações horizontais, o que ocorreu, de modo geral, quando os produtos ofertados pelas requerentes não pertenciam a mesma cadeia produtiva ou quando a tecnologia desenvolvida por uma das requerentes não constituía um insumo real ou potencial para a atividade da outra; (ii) em 44 (quarenta e quatro) ACs (55%), apesar do CADE ter aventado possíveis integrações verticais,

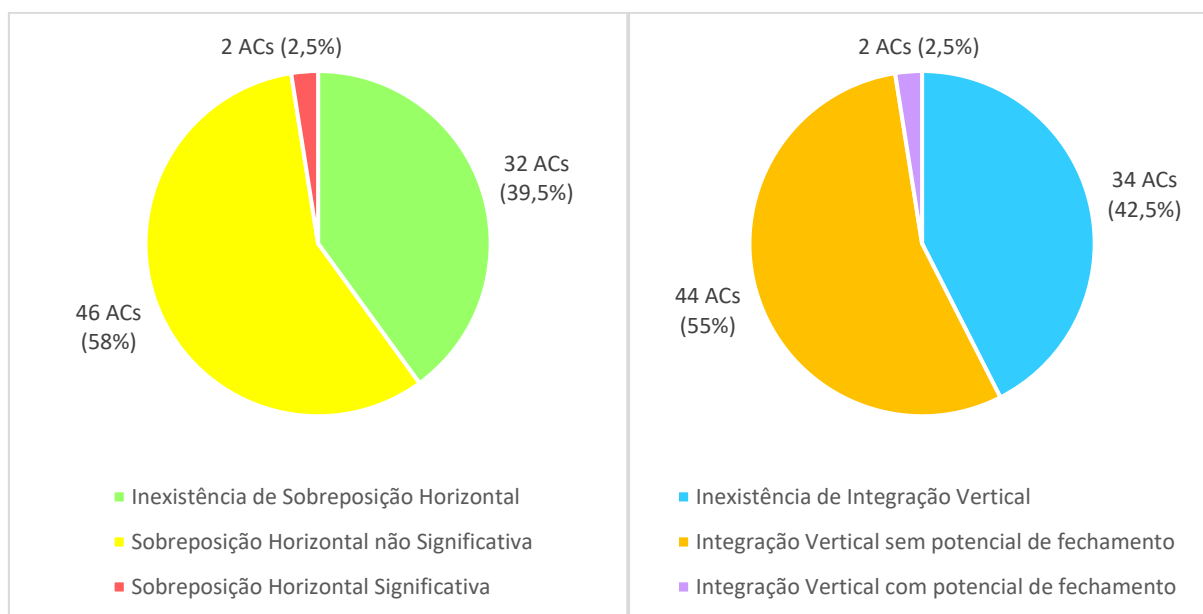
⁵² “O Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)” é “utilizado para o cálculo do grau de concentração dos mercados. O HHI é calculado com base no somatório do quadrado das participações de mercado de todas as empresas de um dado mercado. O HHI pode chegar até 10.000 pontos, valor no qual há um monopólio, ou seja, em que uma única empresa possui 100% do mercado. [...] Compreende-se que os mercados são: (i) Mercados não concentrados: com HHI abaixo de 1500 pontos; (ii) Mercados moderadamente concentrados: com HHI entre 1.500 e 2.500 pontos; (iii) Mercados altamente concentrados: com HHI acima de 2.500.”

⁵³ Vide ACs 08700.002761/2020-72 e 08700.001796/2020-94

entendeu-se que em razão de baixas participações de mercado, não haveria potencial de fechamento do mercado; (iii) em 2 (dois) ACs (2,5%) o CADE aprofundou sua análise acerca das integrações verticais, trazendo alguns conceitos bem trabalhados em processos administrativos no mercado digital, como a política de *self-preferencing* e o comportamento discriminatório.⁵⁴ Para um desses ACs⁵⁵, os riscos de fechamento de mercado justificaram a aprovação condicionada à celebração e cumprimento de ACC, enquanto o outro⁵⁶, apesar das preocupações levantadas, foi aprovado sem restrições.

Tais proporções podem ser melhor observadas nos gráficos abaixo:

Figura 18 – Atos de concentração que apontaram preocupações com sobreposição horizontal no mercado digital brasileiro e Figura 19 – Atos de concentração que apontaram preocupações com integração vertical no mercado digital brasileiro



Fonte: Elaboração própria (2022)

Sobre possíveis efeitos coordenados, o CADE apontou apenas uma operação que teria capacidade para reduzir a rivalidade entre os concorrentes de um mercado e elevar a probabilidade de coordenação explícita ou tácita (CADE, 2016). Verificou o CADE, que apesar do contrato associativo analisado na operação em questão aumentar a concentração em um mercado onde já atuavam poucas empresas (serviços de informações de crédito), as cláusulas do acordo operacional permitiam minimizar as preocupações, já que estipulavam a vedação a

⁵⁴ Como exemplo, cita-se o caso Google Shopping, julgado pela Comissão Europeia (UE, 2018)

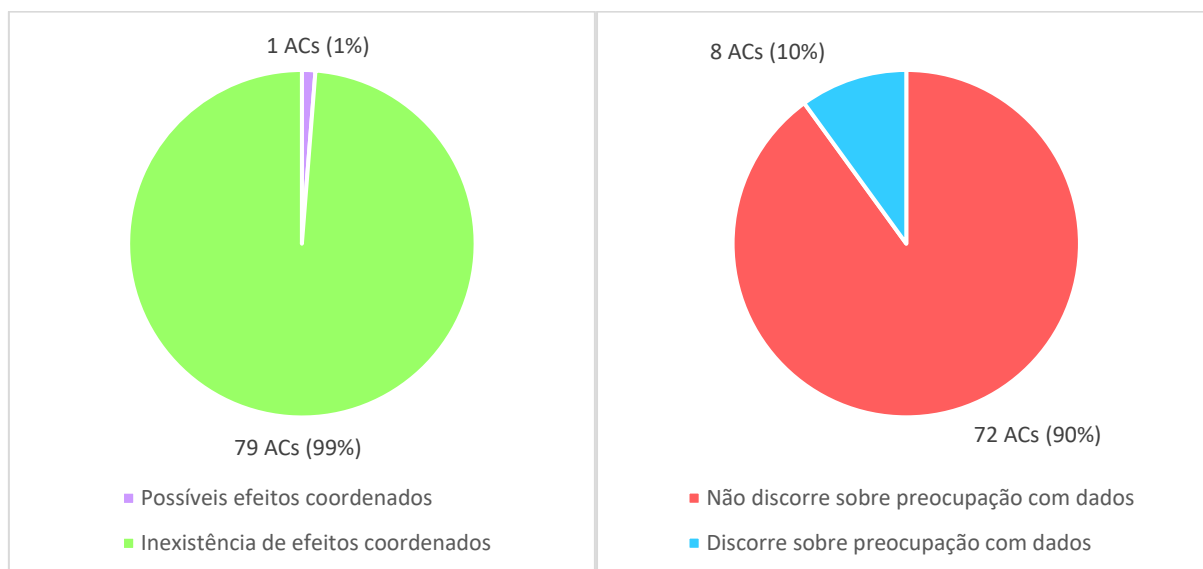
⁵⁵ Vide AC 08700.000627/2020-37

⁵⁶ Vide AC 08700.005865/2020-39

qualquer compartilhamento de informações sensíveis entre os bureaux, o que resultou numa aprovação sem restrições.⁵⁷

Por fim, o CADE se manifestou em 8 (oito) processos (10%) acerca de uma concentração de dados ou troca de informações sensíveis entre concorrentes que potencialmente poderia prejudicar a concorrência. Verificou-se que para pelo menos 6 (seis) desses casos a análise do CADE foi desencadeada por preocupações levantadas por terceiros interessados ou concorrente oficiados no âmbito do processo. Apesar das considerações tecidas pela CADE, apenas para um dos casos entendeu-se que haveria riscos suficientes para aplicação de remédios.

Figura 20 – Atos de concentração que apontaram preocupações com efeitos coordenados no mercado digital e Figura 21 – Processos em que o CADE efetivamente se manifestou sobre os possíveis efeitos anticompetitivos relacionados a dados



Fonte: Elaboração própria (2022)

Analisados e sistematizados os principais elementos dos atos de concentração em mercados digitais, passar-se-á, a fim de melhor desenhar o posicionamento do Conselho Administrativo de Defesa Econômica acerca dos mercados, à análise qualitativa dos julgados analisados, aprofundado nos critérios de análise desta autoridade, bem como aprofundando na análise da concentração de dados.

⁵⁷ AC 08700.005865/2020-39

4.2.3. Análise qualitativa da experiência brasileira no controle de estruturas em mercados digitais

Como exposto, foram extraídos 80 (oitenta) processos dos termos de pesquisa propostos. Em razão do grande conjunto de casos, não será possível realizar a descrição individualizada de cada um deles. A fim de viabilizar a análise qualitativa, optou-se por apresentar considerações gerais acerca dos casos analisados, para após apresentar aquelas operações que tenham sido julgadas sob o rito ordinário, em que as considerações acerca dos mercados digitais foram aprofundadas pela autarquia.

(i) Considerações gerais sobre as operações no mercado digital julgadas pelo CADE

Como visto no tópico anterior, a grande maioria dos processos analisados foram julgados sob o rito sumário pela autarquia. De modo geral, a análise nos mercados relevantes estudados centrou-se nas ferramentas tradicionais de análise e nas participações de mercado, não adentrando nas teorias do dano formuladas para o mercado digital ou nos exames dos elementos dinâmicos do referido mercado. Também não houve aprofundamento na questão da concentração de dados para a grande maioria dos casos, fator que pode ser atribuído ao modelo de negócio envolvido nas operações.

Observou-se que a natureza das atividades desenvolvidas pode influir na opção pela simplificação da análise dos casos, vez que embora muitos dos casos examinados disponham de uma empresa atuante diretamente no mercado digital como parte da operação, a aquisição/fusão/contrato objeto da operação se desenvolvia através de uma empresa atuante estritamente no âmbito da oferta de tecnologia da informação. Isto é, ao invés de ofertar o serviço ou produto para o usuário final, ofertava-se para uma empresa que atua no mercado (*business-to-business*). Nesse sentido, e principalmente como se verificou no mercado de serviços e produtos da tecnologia da informação – os quais representaram mais da metade dos casos analisados –, haveria mais um fortalecimento da infraestrutura do que da posição de mercado em si.

Para melhor ilustrar a questão, faz-se uso de reflexão da Comissão Europeia no caso Meta/Kustomer. No caso em questão, ao investigar quais dados a Meta (Facebook) obteria dos usuários da Kustomer, a Comissão entendeu que como a empresa alvo oferecia apenas produtos *business-to-business* e não detinha uma base de dados própria, de forma que qualquer acesso a dados seria dependente do compartilhamento por parte de suas empresas clientes, o que por sua vez também dependeria do consentimento do cliente. Logo, não haveria preocupações em relação a possíveis impactos negativos da concentração da base de dados (UE, 2022). Apesar

do CADE não ter expressado tal raciocínio no julgamento dos casos, entende-se que a mesma lógica poderia ser aplicada para algumas das operações estudadas.

Importa notar, todavia, que embora esse seja o caso para parte dos processos, para outros, a concentração de dados seria possível, tendo um aprofundamento da análise sido descartado pelo CADE em razão das baixas participações de mercado. Cita-se, por exemplo, a operação B3/Neoway⁵⁸, no qual de um lado, a B3 acessa e processa diversos dados não-públicos para auxiliar instituições financeiras na análise de risco de crédito e de outro lado, a Neoway atua com *Big Data Analytics* através de bases de dados pública. Em que pese a publicidade das informações, a combinação com a base de dados da B3, poderia dar vantagens competitivas para a Neoway, bem como prejudicar a privacidade dos usuários. Não se busca aqui questionar a decisão final adotada pelo CADE, mas sim indicar que existiria mais espaço para análises pautadas nas características dos mercados digitais quando não se prende à *marketshares*.

Nos casos em que o CADE efetivamente realizou a análise das características dos mercados digitais e a concentração de dados, as seguintes preocupações foram levantadas: (i) acesso e troca de informações concorrencialmente sensíveis de competidores; (ii) fortalecimento de posição dominante e entrada em mercados correlatos através da utilização do volume de dados para mapear as preferências dos usuários; (iii) fechamento do mercado e criação de vantagem competitiva através da concentração de dados, fator impulsionado pelas externalidades de rede; (iv) utilização dos dados para condutas de *self-preferencing*.

Tais preocupações, no entanto, foram afastadas por diversas razões, dentre as quais, destaca-se: (i) as baixas participações de mercado; (ii) a facilidade de acesso e reprodução dos dados combinados pelos concorrentes; (iii) a titularidade dos dados, uma vez que sendo o usuário o titular do dado, não poderiam as requerentes compartilhar essas informações sem seu consentimento; (iv) geração de eficiências e inovação no mercado, afirmando, em sentido contrário do que se viu nas teorias do dano, que a utilização de um conjunto de informações previamente explorado em nível “subótimo” induziria a inovação e concorrência.

Sobre o assunto, ressalta-se o importante papel do terceiro interessado e dos concorrentes na indicação dos riscos de mercado e elementos relevantes da análise. À título ilustrativo, no caso da Magalu/Hub, o terceiro interessado frisou a necessidade do direito antitruste se manifestar sobre dados: “a legislação regulatória [...] não exclui do escrutínio da autoridade antitruste quanto aos impactos da aquisição de informações concorrencialmente

⁵⁸ Vide AC nº 08700.005934/2021-95

sensíveis por concorrentes”⁵⁹. Por sua vez, no caso STNE/Linx⁶⁰, os concorrentes apontaram diversas preocupações concorrenciais na detenção de dados, como a criação de barreiras técnicas à interoperabilidade, o uso indevido de dados dos clientes e a implementação de estratégias de *self-preferencing*.

Verificou-se também que, embora a discussões sobre abuso no tratamento de dados e privacidade não tenham sido abordadas pela autarquia, a LGPD foi mencionada em algumas oportunidades. Primeiro, foi apontada como parâmetro para a definição do mercado geográfico em questões envolvendo infraestrutura de dados, uma vez que estruturas fixadas no Brasil devem desenvolver processos claros e transparentes quanto ao tratamento de dados, tratando-se, portanto, de mercado nacional⁶¹. Em outros casos, o CADE utilizou a LGPD para afastar riscos de tratamento abusivo de dados, afirmando ser ela suficiente para mitigar os efeitos negativos ao impor a necessidade de consentimento do titular de dados⁶². Como visto, porém, esse consentimento nem sempre será suficiente em um cenário de mercado distorcido, onde o usuário tem sua escolha reduzida e pouco conhecimento sobre o valor real dos seus dados.

Feitas essas considerações, passa-se à análise pormenorizada dos casos que o CADE entendeu apresentarem riscos anticompetitivos suficientes para adotar o procedimento ordinário.

(ii) Ato de concentração 08700.000627/2020-37 (SBF/Nike)

No caso SBF/Nike, o Tribunal do CADE entendeu existiram possíveis efeitos anticompetitivos suficientes para a celebração de um Acordo em Controle de Concentrações. Contextualizando, a operação em questão consistiu na aquisição, pela SBF (Centauro), da totalidade das quotas da Nike do Brasil, buscando tornar a SBF a distribuidora exclusiva de produtos Nike no país.

Em sua análise, a SG entendeu que haveriam 6 (seis) mercados relevantes afetados, dos quais, em 3 (três) haveria possibilidade de exercício de poder de mercado, a saber: varejo de artigos esportivos online (nacional); varejo de calçados esportivos online (nacional); varejo de artigos esportivos físico (municipal). Apesar da conclusão pela possibilidade de exercício de poder de mercado, a SG sustentou que não haveria probabilidade de tal exercício, já que a alta rivalidade encontrada no mercado mitigava as preocupações.

⁵⁹ Vide AC 08700.000059/2021-55, Voto Relator, § 50

⁶⁰ Vide AC 08700.003969/2020-17

⁶¹ Vide AC 08700.002761/2020-72

⁶² Vide AC 08700.003969/2020-17

Ademais, a SG verificou a possibilidade e probabilidade de fechamento do mercado à montante e à jusante de distribuição de artigos e calçados esportivos, decorrente de integração vertical entre as requerentes, bem como de acesso a informações sensíveis de concorrentes. Apesar de entender pela capacidade de imposição de condutas anticompetitivas (fechamento do mercado, discriminação de concorrentes e acesso a informações sensíveis), a SG concluiu que não haveria incentivos para tais condutas, aprovando sem restrições a operação.

Inconformado, o grupo Netshoes, na condição de terceiro interessado, apresentou recurso ao Tribunal do CADE. Aqui importa frisar a observada importância do terceiro interessado no desencadeamento de análises mais aprofundadas pelo CADE, conforme se verá também nos demais casos.

Pois bem, em sua análise, o Tribunal entendeu serem identificados fatores que tornam possível e provável a imposição de efeitos anticompetitivos no mercado, através de: (i) discriminação, sem justificativa de eficiência econômica, de preço, quantidade ou qualidade dos produtos Nike vendidos aos concorrentes da SBF/Centauro; (ii) uso de informações sensíveis de concorrentes, por exemplo informações sobre encomendas junto à Nike do Brasil, seja na definição da estratégia comercial da SBF em sua atuação no varejo, seja na promoção de coordenação entre varejistas. Nesse cenário, o Plenário também apontou preocupações com uma possível priorização dos artigos da Nike pelo Grupo SBF em seus canais varejistas, através de uma política de *self-preferencing* que poderia gerar aumento de custos dos rivais ou perda de receita, mitigando sua capacidade de rivalizar com a companhia.

Sobre a conduta de *self-preferencing*, a SG concluiu que não faria sentido que a SBF priorizasse os produtos da Nike, uma vez que suas vendas são maiores para outros distribuidores e com margens de lucro mais elevadas. De modo contrário, o Tribunal apontou que em razão da necessidade de recuperação dos investimentos através de redução de custos de transação e maiores vendas no varejo, uma estratégia de priorização poderia sim ser utilizada pelas requerentes. Apontou também um baixo potencial de retaliação dos varejistas em relação a utilização de informações sensíveis, dada a dificuldade de detecção da conduta, e a possibilidade de coordenação de ações entre varejistas, caso em que os prejudicados seriam os consumidores e não os concorrentes.

Diante desse cenário, o Tribunal propôs a aprovação condicionada a assinatura de Acordo em Controle de Concentrações, nos termos dispostos abaixo:

Tabela 03 – Remédios aplicados pelo CADE no caso SBF/Nike

Remédios	Categoria
Separação das unidades de negócio da Centauro e da Nike Brasil	
1. Os colaboradores da equipe comercial da Nike do Brasil não poderão prestar serviços à Centauro; assinarão acordos de confidencialidade (conforme modelo anexado ao ACC); e estarão sujeitos a quarentena para eventual transferência para equipe comercial da Centauro.	Comportamental
2. A remuneração dos colaboradores será majoritariamente vinculada ao desempenho da sua respectiva unidade de negócio, Centauro ou Nike do Brasil.	Comportamental
3. As informações e documentos referentes à atuação comercial da unidade de negócios da Nike do Brasil serão mantidas de forma segregada das bases de dados da Centauro dentro dos sistemas do Grupo SBF.	Comportamental
4. As informações concorrencialmente sensíveis eventualmente repassadas ao Grupo SBF serão acessadas apenas por funcionários da <i>holding</i> que tenham assinado termo de confidencialidade (conforme modelo anexado ao ACC).	Comportamental
5. As compromissárias não deverão alterar determinadas cláusulas do contrato de distribuição entre Nike Global e Nike do Brasil sem a anuência prévia do CADE.	Comportamental
6. O Grupo Nike manterá uma estrutura (denominada CaSA) que implementará mecanismos para supervisionar atividades da SBF, sendo que a SBF encaminhará relatórios periódicos de modo a possibilitar a supervisão do cumprimento do contrato de distribuição e das políticas globais da Nike.	Comportamental
Canal de Denúncias	
7. A SBF terá um canal de denúncias independente para que terceiros e colaboradores reportem eventuais práticas discriminatórias ou anticompetitivas, bem como o acesso a informações concorrencialmente sensíveis. A SBF se compromete a informar à CaSA reclamações relacionadas a quaisquer dessas práticas contra varejistas.	Comportamental
Obrigações do Grupo Nike	
8. O Grupo Nike se compromete a cumprir e fazer cumprir as obrigações assumidas no contrato de distribuição que asseguram política de isonomia e não discriminação anticompetitiva na distribuição de produtos Nike.	Comportamental
Monitoramento externo	
Prazo de 3 (três) anos	
Aplicação de multa em caso de descumprimento	

Fonte: Elaboração própria (2022)

Da mesma forma do que o verificado no caso Google/Fitbit, julgado pela Comissão Europeia, também no caso SBF/Nike, a aplicação de remédios comportamentais se mostrou mais relevante para mitigar os potenciais efeitos anticompetitivos decorrentes da operação. Nesse sentido, pode-se apontar uma tendência nas duas autoridades quanto a preferência por remédios comportamentais quando os riscos anticompetitivos se dão no âmbito dos mercados digitais.

(iii) Ato de Concentração 08700.003780/2021-05 (Magazine Luiza/Kabum)

Trata-se da aquisição do Grupo Kabum, que atua exclusivamente no varejo online por meio de loja própria e *marketplace*, pelo Grupo Magazine Luiza, que atuam no varejo online e físico, tanto pela venda de produtos próprios como *marketplace*. Em sua análise, apesar de verificar que ambas empresas atuam no varejo online, O CADE concluiu que elas possuem um

perfil acentuadamente distinto. Nesse sentido, não haveria propriamente uma eliminação da concorrência com a aquisição em questão, mas apenas a entrada da empresa adquirente em um nicho de mercado no qual não atuava anteriormente. Assim, o CADE afastou as preocupações relacionadas à sobreposição horizontal.

Sobre relações verticais, constatou o CADE a possibilidade de integração entre as atividades de e-commerce do Magazine Luiza e as atividades de *marketplace* do Kabum, bem como entre as atividades de *e-commerce* do Kabum e as atividades de *marketplace* do Magazine Luiza. Contudo, considerando que as estimativas de participação de mercado conjunto situavam-se abaixo de 30%, patamar utilizado pela autarquia como indicativo de operações capazes de suscitar preocupações concorrenciais em mercados verticalmente relacionados, bem como a existência de concorrentes relevantes no mercado, o CADE entendeu haverem elementos suficientes para impedir a utilização do poder de portfólio das requerentes de forma abusiva.

Por fim, verifica-se que apesar da operação envolver agentes do mercado digital que atuam diretamente com o consumidor final, coletando e tratando dados, o CADE não analisou quaisquer efeitos da concentração de dados, não abordando possíveis externalidades de rede, efeitos de *lock-in*, exploração de *behavior biases*, ou questões que envolvam a privacidade dos usuários.

(iv) Ato de Concentração 08700.006662/2020-60 (Fornecedores de Foodservice)

Trata-se de operação para constituição de joint venture envolvendo de um lado o desenvolvedor tecnológico 4all e do outro diversas empresas do ramo de alimentos (Anxionlog/CiaTC/Giraffas/Outback/Bramex/Rei do Mate/Domino's), motivo pelo qual se referirá, para fins desta monografia, ao caso como o de operadores de *foodservice*. A JV objeto da operação visava a criação de plataforma de otimização e integração de pedidos de comida online.

Nesse caso, não foram apuradas sobreposições horizontais. Quanto às integrações verticais, o CADE analisou um possível fechamento do mercado de operadores de *foodservice* para outras plataformas de delivery. Sobre o assunto, a concorrente Abrasel se manifestou afirmando a importância de se observar condutas e regras isonômicas, transparentes e imparciais para os dois lados de usuários que utilizam a plataforma, de modo a não ofertar condições discriminatórias ou especiais para alguns players. Observou o CADE, porém, que dada a pulverização do mercado de *foodservices*, ainda que as requerentes fossem agentes importantes, sua participação conjunta não seria suficiente para possibilitar o fechamento do mercado.

Preocupações sobre a concentração de dados também foram levantadas pelos concorrentes no mercado de *foodservice*. Por exemplo a empresa Burger King afirmou que a joint venture criada iria receber dados e informações de clientes dos dois lados da plataforma, sendo necessário implementar medidas que assegurem que as informações dos operadores não estariam disponíveis para a concorrência. Por sua vez, a Starbucks frisou a necessidade de impedir o compartilhamento da base de dados da JV, com a das requerentes, bem como evitar tratamentos diferenciados ou discriminatórios no âmbito da plataforma. Igualmente, a plataforma Hubster indicou a possibilidade de efeitos exclusionários da operação, ao considerar que a troca de informações entre concorrentes poderia permitir a consolidação de eventual posição dominante.

Sobre os questionamentos levantados, o CADE alinhou-se ao posicionamento das requerentes, afirmando que tais preocupações concorrenciais teriam sido endereçadas nos termos do contrato, ao prever o atendimento às disposições da LGP, salvaguarda alinhada com a jurisprudência do CADE para sanar potenciais efeitos anticompetitivos dessa natureza. Novamente, o CADE deixa de entrar de maneira aprofundada nas características do mercado digital, atribuindo à LGPD o papel de responder à eventuais distorções no mercado de tratamento de dados.

(v) Ato de Concentração 08700.001796/2020-94 (Bom Negócio/Zap)

No caso em questão, o Grupo Zap, atuante no mercado de imóveis e publicidade online, foi comprado pelo grupo Bom Negócio (OLX Brasil). Em sua avaliação, o CADE observou elevadas participações de mercado e sobreposições horizontais, havendo possibilidade do exercício de poder de mercado. Na análise da probabilidade, o CADE apontou que não existiriam barreiras significativas à entrada, já que (i) a tecnologia necessária está disponível, (ii) os insumos (anunciantes de imóveis e clientes potenciais) não são limitados, e (iii) o *multi-homing* é uma regra nesse mercado. Sobre a rivalidade, embora afirme que um expressivo tráfego de usuários é importante para a geração de leads – dados de contato de um potencial cliente que manifestou uma intenção de compra/contratação do produto/serviço –, a relação entre o número de usuários e número de leads não é linear, possibilitando uma efetiva rivalidade no mercado.

Acerca das particularidades relacionadas à coleta de dados, a empresa concorrente Ingaia sustentou haver grande possibilidade de aumento de preços e concentração de dados, com possíveis prejuízos para as empresas de software, já que a OLX poderia utilizar do seu poder de mercado para discriminar os integradores ou desautorizar uma empresa de software a

encaminhar anúncios. Embora a SG reconheça essa possibilidade, afirma que não haveria incentivos para que as empresas requerentes adotassem essa conduta, já que tal discriminação prejudicaria as próprias plataformas de classificados online.

Durante o parecer, a SG também reforça a importância que os dados possuem em plataformas digitais, ao permitir conhecer a preferência dos consumidores e refinar os resultados de busca para oferecer soluções que atendam as suas necessidades. Discorre também sobre a possibilidade de utilização de uma base de dados para adentrar em um mercado correlato, como ocorreu com no caso Uber e Uber Eats.

Contudo, apesar de fazer essas ponderações, deixando implícito que a junção de duas bases de dados permite a obtenção de um perfil mais apurado do consumidor, a autarquia não aborda a questão da privacidade ou proteção de dados de forma expressa. Também, não avalia a possibilidade de que, a partir do mapeamento de preferências dos usuários decorrentes da coleta de dados, a empresa poderia impor preços discriminatórios ao consumidor.

(vi) Ato de Concentração 08700.006373/2020-61 (Serasa/Claro)

A operação em questão consistiu na celebração de contrato associativo entre a Serasa Experian e a Claro, a fim de que esta última fornecesse dados dos usuários de seus serviços para insumo na prestação dos serviços de proteção do ciclo de crédito e prevenção a fraudes oferecidos pela Serasa. Apontou o CADE que as atividades desenvolvidas pela Serasa configurariam um mercado de dois lados, no qual atores com interesses diferentes (fontes e consulentes) são conectados por uma plataforma de intermediação, os bureaux de crédito.

Das análises tradicionais, o CADE entendeu não haver sobreposições horizontais significativas, já que os mercados de atuação das duas empresas não se sobrepõem. Quanto às integrações verticais, averiguou a SG a possibilidade de eventual fechamento de mercado, decorrente do não compartilhamento das informações da Claro para os outros bureaux, o que teria efeito negativos para a competição. De fato, como se viu nos capítulos anteriores, os dados nos mercados digitais atuam como verdadeiros ativos, capazes de gerar vantagens competitivas e até mesmo consolidar a posição dominante do player que as detém, permitindo que este eleve as barreiras de entrada e impeça a competição no mercado. Tais preocupações são especialmente relevantes em mercados de dois lados, como apontou o CADE, uma vez que com menos consulentes atraídos, a plataforma se torna menos atrativa para as fontes e assim sucessivamente.

Quanto ao assunto, o terceiro interessado, a empresa Boa Vista, defendeu que a base de dados utilizada para a prestação dos serviços de informação de créditos eram únicas e

insubstituíveis, de modo que os dados que seriam compartilhados por meio do objeto do contrato não seriam substituíveis pelos de outras empresas do ramo, o que justificaria uma atuação mais incisiva da autoridade antitruste.

Não obstante os eventuais riscos apontados na doutrina e relatórios especializados, o CADE entendeu que o contrato associativo em questão não teria condão para concretizar tais danos, uma vez que:

(i) informações semelhantes às que a Claro irá passar para a Serasa podem ser obtidas de diversos outros players do mercado; (ii) o contrato mantém a independência das Requerentes na oferta de produtos e serviços em seus respectivos mercados; e (iii) o contrato viabiliza a oferta ao mercado de novos produtos e serviços, que terão sua qualidade aprimorada como resultado da operação.⁶³

Do exposto, verifica-se que o CADE afastou a concretização dos efeitos anticompetitivos com base em três pontos principais: reprodutibilidade e facilidade de acesso à bases de dados semelhantes, separação das atividades das requerentes e impulsionamento da inovação no mercado.

Por fim, quanto ao tema da proteção de dados e privacidade, o CADE deixou expressão não ser o seu papel ou competência analisar se o contrato associativo estaria de acordo com a LGPD, sendo a aprovação da autarquia restrita a análise concorrencial. A fiscalização do cumprimento do referido normativo seria de responsabilidade da autoridade governamental específica para esse fim – no caso, a ANPD. Veja-se que embora as teorias do dano estudadas discutam a importância do papel do direito antitruste na proteção de dados – ainda que esse papel não seja a análise pura de compatibilidade das operações com os normativos específicos, mas sim com uma visão mais abrangente de mercado e das distorções decorrentes do tratamento de dados – o CADE tem afastado sua competência para dirimir a questão.

(vii) Ato de Concentração 08700.002424/2021-66 (Serasa/SPC)

A operação consistiu na celebração de contrato aditivo entre a Serasa e o SPC, com o objetivo de atualizar o contrato que disciplina o compartilhamento de informações de crédito entre os bureaux. Afirmam as requerentes que através da operação, os clientes seriam beneficiados pelo aumento da qualidade na prestação do serviço de informação de crédito e pelo acesso a uma maior diversidade de produtos.

Verificou o CADE que o mercado de bureaux de crédito detém elevadas barreiras à entrada e ao crescimento orgânico, sendo um mercado bastante concentrado. Constata também que o mercado de serviços de informação de crédito tem por característica as externalidades de

⁶³ Vide AC 08700.006373/2020-61, Parecer Jurídico, § 50

rede, de forma que quanto maior o número de usuários do banco de dados, maior o interesse em consultá-los. Assim, aqueles bureaux com banco de dados alimentados por poucos clientes não terão condições de penetrar e competir no mercado.

Contudo, sobre as sobreposições horizontais, entendeu o CADE que apesar das partes terem acesso recíproco a base de dados uma da outra, nos termos do contrato, estas deverão atuar de forma independente na oferta dos respectivos produtos, afastando as preocupações concorrenciais. Afirma também que o efeito de rede geraria uma competição pelas fontes de informação, não só pelos grandes geradores de registro, mas também pelas pequenas e médias associações e empresas.

Sobre os efeitos da concentração de dados, as próprias requerentes informaram que as alterações propostas visam justamente permitir o cumprimento das novas obrigações impostas pela LGPD e garantir mais segurança jurídica para a atividade das partes. Não obstante, a autarquia não chega a adentrar no mérito do papel do direito antitruste na proteção de dados, tendo o processo sido aprovado sem restrições.

(viii) Ato de Concentração 08700.005865/2020-39 (Serasa/Boa Vista)

A operação consistiu na celebração de contrato associativo entre Serasa e Boa Vista com vistas a constituir mecanismo de comunicação conjunta para inclusão de dados pessoais de devedores em cadastro de inadimplentes.

Avaliou o CADE que a referida operação teria condão de reduzir a rivalidade entre os concorrentes e elevar a probabilidade de coordenação entre os agentes. Os efeitos coordenados são especialmente relevantes no mercado aventado, que é marcado por um reduzido número de empresas e pela concentração de grande parcela do mercado em apenas algumas destas. Contudo, observando as cláusulas do contrato associativo, entendeu o CADE que tais preocupações poderiam ser minimizadas, já que se frisou que a operação não envolveria o compartilhamento de quaisquer informações sensíveis entre os bureaux.

Quanto as integrações verticais, a SG apontou que uma eventual recusa dos principais bancos privados em fornecer informações aos bureaux concorrentes poderia levar ao fechamento do mercado - o que é especialmente sensível em se tratando de um mercado de dois lados, que é suscetível a efeitos de rede -, contudo, verificou que os danos não poderiam ser concretizados em razão de ACC já assinado com a autarquia em caso relacionado.

O CADE considerou ademais que o mercado de serviços de crédito seria marcado pela presença de externalidades de rede, no qual o maior ativo envolvido seria propriamente a base de dados. Nesse sentido, o compartilhamento desses dados entre as empresas requerentes não

apenas beneficia os agentes envolvidos no acesso à informação, como também as empresas usuárias desses serviços e os consumidores, uma vez que haveria maior clareza em relação a eventuais débitos, sem a necessidade de envio de comunicação para mais de um bureau.

Contudo, esse compartilhamento poderia se colocar como uma desvantagem competitiva aos bureaux que não estão incluídos no âmbito do compartilhamento de informações, ficando estes menos aptos a competir em pé de igualdade, principalmente levando em consideração as externalidades de rede desse mercado. Tais preocupações, entretanto, são afastadas em razão do já mencionado ACC firmando previamente a esta operação.

(ix) Ato de Concentração 08700.002761/2020-72 (Sinch/TWW/Mobile)

A operação em questão consiste na aquisição de controle pela Sinch Latam da Wavy Brasil, ambas requerentes atuantes no mercado de comunicação corporativa (Plataforma de Comunicação como Serviço), que inclui serviços de SMS, atendimento digital omnichannel, webchat e outras plataformas e aplicativos.

Verificou o CADE que haveria uma sobreposição horizontal no mercado de Comunicações Cooperativas por Plataforma, com participação conjunta superior ao patamar de 20%. Uma vez constatada a possibilidade de exercer poder em mercado concentrado, o CADE passa para a análise da probabilidade do poder de mercado, avaliando a possibilidade de entrada e a rivalidade.

Assim, concluiu que a entrada seria provável, tempestiva e suficiente, uma vez que não haveriam limitações regulatórias relevantes; os custos afundados seriam baixos; havia histórico de entrada e também indicativos de novas introduções ao mercado; facilidade e flexibilidade na aquisição de insumos; empresas que atuam em mercados relacionados com escala e faturamento suficientes para entrar e contestar um eventual efeito SSNIP.

Também concluiu ser suficiente a rivalidade no mercado, pois não existiria fidelidade do cliente à marca contratada e haveria baixa assimetria de informações entre os agentes concorrentes. Veja-se que a assimetria de informações aqui só é considerada apenas no âmbito da concorrência, mas não no âmbito do usuário final desses produtos. Embora o CADE não tenha se aprofundado na discussão sobre concentração de dados, ficou claro que esse insumo era extremamente relevante para o mercado em questão. Isso porque, os produtos ofertados pela requerente criam um sistema centralizado que permitem às empresas conhecer melhor os seus clientes e personalizar suas interações em tempo real. Inclusive, em resposta a notificação, a concorrente Zenvia afirmou que apenas empresas de porte médio ou superior teriam condições

de ser consideradas efetivas rivais da requerente, uma vez que o mercado depende não só de fatores como faturamento bruto, mas também do volume de dados coletado.

Não obstante o tópico do tratamento de dados não ter sido levantado, a Lei Geral de Proteção de Dados foi introduzida no debate. Não em uma discussão sobre privacidade ou abusividade da coleta, mas sim como um parâmetro para a definição do mercado geográfico em questões envolvendo infraestrutura de dados, uma vez que estruturas fixadas no Brasil devem desenvolver processos claros e transparentes quanto ao tratamento de dados, de modo que o mercado seria considerado como nacional.

(x) Ato de Concentração 08700.003969/2020-17 (STNE/Linx)

Trata-se de operação de aquisição pela Stone, empresa atuante na prestação de serviços de pagamento e desenvolvimento de estrutura tecnológica para captura, transmissão e processamento de dados, da Linx S.A., empresa brasileira de tecnologia baseada em nuvem e com foco na oferta de software de gestão empresarial.

Entendeu o CADE que a operação geraria sobreposição horizontal nos mercados de i) adquirência/subadquirência e credenciamento/ subcredenciamento; ii) software de gestão empresarial para o varejo; iii) serviços de gateway; e iv) serviços de TEF. Contudo, em razão das baixas participações de mercado, o CADE afastou maiores preocupações concorrenciais quanto a esse ponto, frisando que a atenção da autoridade estaria voltada para as “integrações verticais ou não horizontais dela decorrentes, com as particularidades inerentes aos mercados de dois lados, plataformas e de ecossistemas”.⁶⁴

Nesse sentido, os terceiros interessados ressaltaram diversas preocupações concorrenciais, como a criação de barreiras técnicas à interoperabilidade, o uso indevido de dados dos clientes e a implementação de estratégias de *self-preferencing*. Contudo, o CADE entendeu que ao possibilitar a utilização de um conjunto de informações previamente explorado em nível ‘subótimo’, a operação induziria a inovação e conseqüentemente a inovação no setor. Afirmou também que

[...] as preocupações expressadas pelos concorrentes, caso cumpram determinados requisitos, podem ser endereçadas em sede de repressão a condutas anticompetitivas. [...] Entretanto, não parece oportuno que a autoridade de defesa da concorrência, na presença de um potencial falso positivo, estabeleça, a priori, as condições em que tais informações devam ser extraídas e compartilhadas, sob pena de prejudicar a inovação e a evolução de modelos de negócio.⁶⁵

⁶⁴ Vide AC 08700.003969/2020-17, Parecer Jurídico, § 120

⁶⁵ Vide AC 08700.003969/2020-17, Parecer Jurídico, § 366

Sustentou também, que em relação ao tratamento de dados, existiria uma legislação específica aplicável (LGPD), sendo esta suficiente para mitigar os efeitos negativos do tratamento abusivo de dados, ao impor que a coleta de dados só poderá ser realizada a partir do consentimento do titular de dados.

Nota-se, portanto, que embora a análise tenha se mostrado mais robusta no caso mencionado, ainda não há uma definição e aplicação coesa e precisa das teorias do dano. Embora não exista resposta correta quando o assunto é a opção pela regulação mais restrita frente a possibilidade de inovação, sendo este um tema ainda controverso, como explorado nos capítulos supra, essa preocupação deve ser observada com cautela. Isso porque, embora a inovação pareça ser protegida a curto prazo, a consolidação de posição dominante no mercado pode ser prejudicial no futuro, reduzindo os incentivos para inovar e degradando a qualidade do produto ou serviço. O consentimento, ademais, em um mercado distorcido, não pode ser dado de forma livre e consciente, já que as escolhas do consumidor são também reduzidas.

(xi) Ato de Concentração 08700.000059/2021-55 (Magalu Pagamentos/Hub)

No caso em questão, a Magalu Pagamentos adquiriu a empresa Hub Prepaid Participações S.A., a fim de proporcionar seus clientes com uma plataforma de produtos e serviços financeiros totalmente integrada ao aplicativo do Magalu, permitindo que os clientes realizem compras, depósitos, transferências e outras atividades através de suas contas digitais.

Na análise de mercado, o CADE observou que embora existissem sobreposições horizontais no mercado de soluções de pagamento, ambas empresas atuavam em segmentos diferentes. Considerou também a possibilidade de integrações verticais entre a atividade de comércio varejista online prestada pela Magazine Luiza e as atividades de emissão de moeda eletrônica e gestão de pagamento do Hub. Entretanto, preocupações com o potencial anticompetitivo dessa operação foram afastados ao se verificar que as participações de mercado das requerentes se encontram abaixo do limite de 30%.

Não obstante, buscando frisar a necessidade do direito antitruste se manifestar sobre a detenção de dados, o Mercado Pago, na condição de terceiro interessado afirmou que “a legislação regulatória [...] não exclui do escrutínio da autoridade antitruste quanto aos impactos da aquisição de informações concorrencialmente sensíveis por concorrentes”⁶⁶. Sustentou que a Hub deteria diversas informações sensíveis, dentre as quais dados individualizados de seus clientes e de operações de pagamento, que após a operação poderiam ser usados pela Magazine

⁶⁶ Vide AC 08700.000059/2021-55, Voto Relator, § 50

Luiza como vantagem competitiva indevida, acarretando efeitos antitruste deletérios nos concorrentes. Aduziu também que o controle das duas empresas sob o mesmo grupo econômico provocaria impactos sobre a concorrência, na medida em que a concentração de dados promoveria a uniformização do mercado.

Em resposta, o CADE entendeu que as informações que seriam armazenadas no Hub não apresentariam conteúdo concorrencialmente sensível, em razão das obrigações regulatórias impostas à empresa. Concluiu, assim, que a uniformização de mercado nos termos dispostos pelo terceiro interessado só poderia ocorrer se as informações sensíveis continuassem a ser acessadas após a operação, o que não seria o caso.

Nesse contexto, a LGPD surgiria como verdadeira salvaguarda na tutela do tratamento de dados e respeito à privacidade, sendo a norma especialmente significativa ao reforçar a impossibilidade de que os dados pessoais sejam repassados e tratados por terceiros sem o consentimento de seus titulares e demais obrigações que estão sujeitos perante a LGPD. Assim o CADE parece entender que a LGPD se colocaria como um limite para eventuais abusos no tratamento de dados, divergindo em parte das considerações expostas nesta monografia, pois embora o normativo de proteção de dados possa configurar um parâmetro para resguardar a privacidade e o controle do usuário dos seus dados, em um mercado onde a competição é distorcida por uma empresa dominante, haverá necessidade de intervenção antitruste.

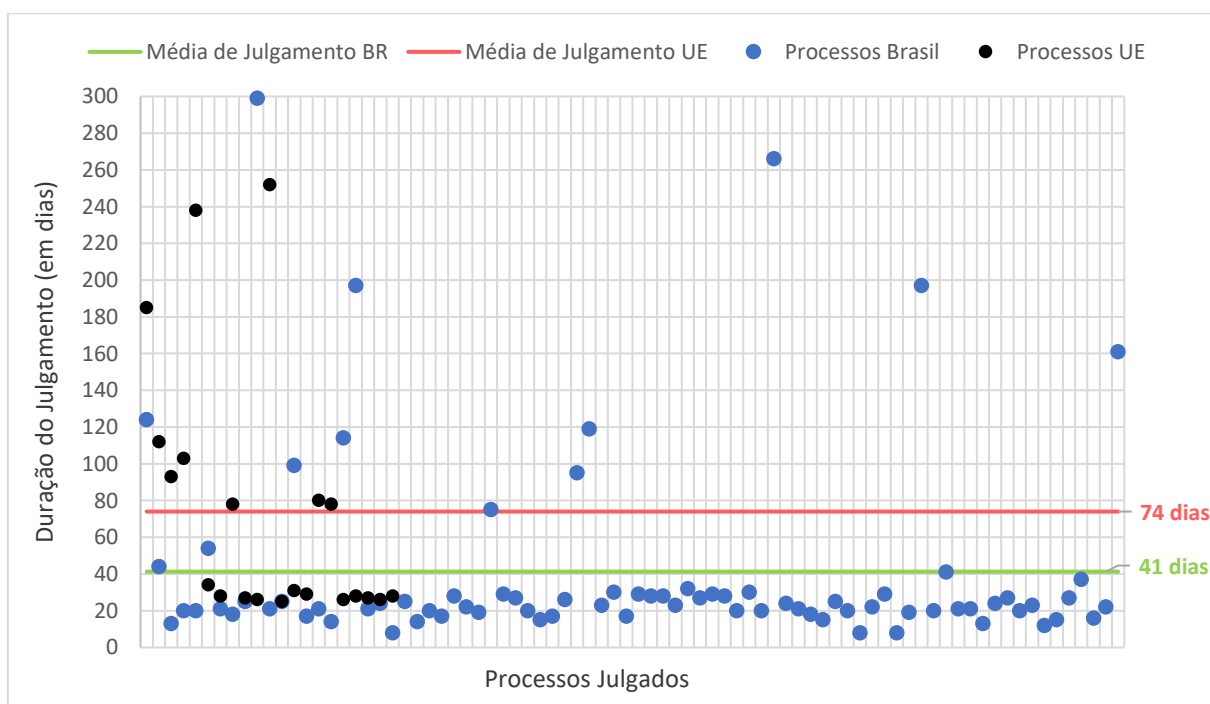
5. CONCLUSÃO

O intuito desta monografia foi mapear as principais características e preocupações que envolvem os mercados digitais, dando especial enfoque às questões que envolvem a proteção de dados e privacidade. A partir dessa base teórica, buscou-se imprimir, em termos quantitativos e qualitativos, um perfil da análise concorrencial de concentrações no mercado digital. Para tanto, optou-se por realizar a análise no âmbito do controle de estruturas realizado pelo Brasil e pela União Europeia, tendo em vista as notórias decisões da autoridade europeia e a similaridade entre as legislações específicas de proteção de dados em ambas as jurisdições.

Diante todo o exposto, foi possível verificar semelhanças e discrepâncias na análise realizada por ambas autoridades concorrenciais, bem como possíveis pontos-cegos nessas análises, uma vez que as teorias do dano formuladas para os mercados digitais não estão traduzindo-se por completo nas investigações carreadas pelas autoridades.

De início, verifica-se que os períodos de julgamento de cada uma das autoridades diferiram razoavelmente. Enquanto a Comissão Europeia levou uma média de 74 (setenta e quatro) dias para emitir uma decisão final sobre os casos, o CADE levou apenas 41 (quarenta e um) dias, como pode-se verificar do gráfico abaixo:

Figura 22 – Duração e média de julgamento dos ACs em mercados digitais julgados pela Comissão Europeia e CADE



Fonte: Elaboração própria (2022)

Embora o período de julgamento da Comissão Europeia tenha sido, em média, maior que o do CADE, o nível de aprofundamento das decisões não foi muito diferente, muito porque, em ambas jurisdições, a grande maioria dos processos foi julgada sob o rito sumário – mais de 87% no CADE - ou simplificado – mais de 80% na Comissão Europeia. E, de modo geral, apesar da Comissão Europeia ser considerada um expoente na análise de mercados digitais, com exceção do caso Google/Fitbit, não foram verificadas grandes diferenças nas experiências europeia e brasileira, ao menos no período escolhido.

Não é por outra razão que ambas as autoridades não aplicaram na maioria das oportunidades remédios nos atos de concentração julgados. Embora cada uma das autoridades tenha aplicado remédios em apenas um caso julgado, dada a menor quantidade de casos analisados pela CE, esta autoridade apresentou uma taxa de 95% de aprovação sem restrições, bem próxima a autoridade brasileira, com uma taxa de 98%. Ainda, nos casos em que foram aplicados, as autoridades brasileira e europeia optaram por remédios comportamentais, alinhando-se nesse sentido quanto à melhor forma de mitigar potenciais anticompetitivos nos mercados digitais.

Constatou-se que na maioria dos casos examinados, as análises das operações pareceram esquecer as particularidades do mercado digital. Poucas foram as vezes que externalidades de rede, elevados custos de troca, redução de escolha e qualidade foram levantadas nas investigações das autoridades. Em especial, no CADE, o que se observou de maneira geral foi um apego a métrica estática das participações de mercado. Embora tenha-se reparado que a doutrina antitruste vem pugnando por uma adaptação das ferramentas de análise para aquelas que considerem a dinamicidade do mercado em questão, a atuação do CADE acaba indo no sentido contrário. Constatadas participações de mercado em patamares inferiores aos padrões da autarquia para que se considere haver algum risco concorrencial, a análise deixava de evoluir, findando-se nessa conclusão.

Confirmou-se, portanto, o que o CADE afirmou na nota da OCDE, que, de modo geral, ainda não tem aplicado os testes e teorias do dano formuladas para os mercados digitais em suas decisões (OCDE, 2022b), principalmente quando verifica que as participações de mercado estão abaixo do patamar padrão da autarquia. Isso não quer dizer que esses parâmetros da teoria do dano não apareçam em alguns casos, principalmente quando essas preocupações são levantadas por terceiros interessados ou concorrentes. Verificou-se que na maioria dos casos em que o CADE analisou um potencial concentração de dados, tais preocupações foram primeiramente levantadas por partes externas ao processo.

Com efeito, verificou-se que as decisões das autoridades costumavam ser mais detalhadas quando os agentes eram notoriamente conhecidos por sua atuação no mercado digital, como ocorreu no caso Google/Fitbit. Veja-se que, nos demais casos investigados pela Comissão Europeia, o nível de aprofundamento dos parâmetros dos mercados digitais ou da concentração de dados não chegou nem perto daqueles utilizados para o referido caso.

Sobre a concentração dados, verificou-se que embora este tema tenha sido abordado pontualmente em alguns casos por ambas autoridades em suas análises concorrenciais, tais preocupações foram usualmente afastadas, de modo geral, com base nas seguintes constatações:

Figura 23 – Razões que motivaram as autoridades brasileira e europeia a afastar eventuais preocupações sobre concentração de dados.



Fonte: Elaboração Própria (2022)

Ademais, discussões sobre privacidade e a importância do diálogo entre o direito concorrencial e a proteção de dados igualmente foram escassas. Na experiência brasileira, o CADE afirmou não ser de sua competência analisar se o objeto da operação estaria ou não de acordo com a LGPD, de modo que a aprovação da operação diria respeito tão somente a questões concorrenciais, sendo a fiscalização do cumprimento do normativo de responsabilidade da respectiva autoridade governamental⁶⁷. Em outro caso, no qual um terceiro interessado apresentou para a autarquia preocupações com a privacidade do usuário, o Tribunal consignou que a LGPD seria uma salvaguarda, no que reforça a impossibilidade de que os dados pessoais fossem repassados e tratados por terceiros sem o consentimento de seus titulares⁶⁸.

Já no âmbito da comissão europeia, durante o processo de investigação do caso Google/Fitbit (UE, 2020, pp. 105 - 110), preocupações gerais foram levantadas de que os

⁶⁷ AC 08700.006373/2020-61

⁶⁸ AC 08700.000059/2021-55

usuários não estariam suficientemente cientes de como seus dados são usados, tendo controle limitado sob seu uso, o que poderia levar a uma situação de degradação da privacidade. Alegou-se também que num cenário pós-operação, as requerentes conseguiriam obter o consentimento do usuário com muito mais facilidade, dada a posição dominante do Google no mercado e a oferta de serviços a preço-zero. Argumentou-se, ademais, que os dados de saúde seriam um recurso pessoal e íntimo, e, portanto, altamente valioso para o tratamento realizado pelas plataformas.

Ante as alegações, a Comissão observou que a necessidade de cumprimento do RGPD, que foi projetado justamente para garantir transparência no tratamento de dados, seria suficiente para mitigar os potenciais danos, sendo que qualquer conduta que desviasse dos padrões de tratamento, seria responsabilizada pela autoridade de proteção de dados.

Como visto nos capítulos anteriores, entretanto, a proteção de dados por si só pode não ser suficiente quando grandes empresas de tecnologia criam distorções no mercado que permitem uma exploração abusiva de dados. Sobre a questão, Victor Fernandes (2021), elenca razões pelas quais os padrões da teoria do dano acerca da privacidade de dados não vem sendo aplicadas nas decisões da autoridade antitruste, dentre os quais: (i) a dificuldade de realizar uma avaliação objetiva da qualidade; (ii) resistência das autoridades em reprovar uma operação baseado em violações da lei geral de proteção de dados, já que, existindo tal violação, esta deveria ser tratada diretamente pela autoridade competente. Outro fator que pode ser indicado são os distintos limiares entre a atuação da autoridade de proteção de dados, focada nos direitos subjetivos dos usuários, e da concorrência, focada na eficiência econômica.

Ademais, uma análise focada puramente nos modelos exclusionários também pode influir na ausência de aplicação dos critérios apresentados pela doutrina. Como explica o conselheiro Luís Henrique Bertolino Braidó (CADE, 2020b) existem três efeitos concorrenciais derivados de práticas discriminatórias: (i) os exclusionários, pelo qual busca-se criar ou ampliar poder de mercado, restringindo a livre concorrência e criando barreiras a entradas de novos competidores; (ii) os exploratórios, pelo qual as empresas diferenciam o comprador a partir de suas características, buscando extrair excedentes de forma abusiva, sem que haja justificativa econômica; (iii) os distorcionários, que ocorrem quando há tratamento não isonômico das empresas atuantes no mercado, resultando em distorção na estrutura competitiva e nas condições de livre entrada do mercado, afetando os preços e a diversidade do produto disponível para os consumidores.

Embora os efeitos exclusionários desempenhem um importante papel na análise dos mercados digitais, o foco apenas nesses efeitos impede que sejam considerados aspectos

relevantes desse mercado. Como visto, o modelo de negócios a preço-zero cria fortes incentivos para a coleta de dados de consumidores, ou da utilização da posição dominante para criar distorções no mercado, o que se relaciona muito mais com os efeitos exploratórios e distorcionários do que propriamente os exclusionários (BUITEN, 2020).

Assim, voltando ao objetivo dessa monografia, observou-se que as teorias do dano e preocupações levantadas pela doutrina antitruste – como as externalidades de rede, os efeitos de *tipping*, a exploração de *behavior biases* dos consumidores, a redução da escolha, a degradação da qualidade, a mitigação dos incentivos à inovação, entre outros - não são traduzidas de forma integral e perfeita nas análises das autoridades concorrências. Embora seja possível observar claros avanços em algumas análises, os julgamentos não se mostraram consistentes quanto ao nível de aprofundamento. Nesse sentido, não se verificou muitas diferenças práticas na atuação das autoridades brasileira e europeia no mercado de estruturas.

Essa situação pode mudar com a aplicação do *Digital Markets Act* no âmbito da União Europeia, que se mostra como uma importante iniciativa para a regulação do poder de mercado dos grandes *gatekeepers*, bem como do *Digital Services Act*, que busca estabelecer um campo nivelado para as empresas do mercado, sem deixar de proteger os direitos fundamentais dos usuários. Resta-nos aguardar para verificar de que forma o normativo impactará o cenário da economia digital, bem como quais serão os avanços conquistados na área.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEMANHA. **Act Against Restraints of Competition**, Section 18. Revisada em 9 Jul. 2021. Tradução em inglês. Disponível em: http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html#p0100. Acesso em 2 de set de 2019

AUSTRALIAN COMPETITION & CONSUMER COMMISSION (ACCC). **Digital Platforms Inquiry: Final Report**. Publicado em 2019. Disponível em: <https://www.accc.gov.au/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>. Acesso em 30 ago. 2022

AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE; BUNDESKARTELLAMT. **Competition Law and Data**. Publicado em 2016. Disponível em: <http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Big%20Data%20Paper.html>. Acesso em 29 ago. 2022

BAGNOLI, Vicente. **The Big Data Relevant Market**. In. DI PORTO, FABIANA. *Concorrenza e Mercato: Antitrust, Regulation, Consumer Welfare, Intellectual Property*. Vol. 23. Giuffrè Editore, S.p.A. Milano – 2016

BRADFORD, Anu; CHILTON, Adam; MEGAW, Christopher; SOKOL, Nathaniel. “Competition Law Gone Global: Introducing the Comparative Competition Law and Enforcement Datasets.” *Journal of Empirical Legal Studies* 16(2), 2018

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Acesso à Informação. **Perguntas sobre atos de concentração econômica**. Publicado em 04 de abr. de 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/perguntas-sobre-atos-de-concentracao-economica>. Acesso em: 21 de ago. 2022

BUITEN, M. C. **Exploitative abuses in digital markets**: between competition law and data protection law. *Journal of Antitrust Enforcement*, p. 1–19, 2020.

BUNDESKARTELLAMT. **Preliminary Assessment in Facebook Proceeding**: Facebook's Collection and Use of Data from Third-Party Sources Is Abusive. Press Release Publicado em 19 dez. 2017a. Disponível em: http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/19_12_2017_Facebook.html. Acesso em 01 de set. 2022

_____. **Press Release**: Preliminary Assessment in Facebook Proceeding: Facebook's Collection and Use of Data from Third-Party Sources Is Abusive. Publicado em 19 dez. 2017b. Disponível em: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/19_12_2017_Facebook.html. Acesso em 3 set. 2022

CANADA. Competition Bureau Canada. **Competition Bureau statement regarding Thoma Bravo's acquisition of Aucerna**. Ottawa, 30 ago. 2019. Disponível em: <https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/04493.html#sec03>. Acesso 30 ago. 2022

COMPETITION & MARKETS AUTHORITY (CMA). **Anticipated acquisition by Sabre Corporation of Farelogix Inc**. Final Report. Publicado em 9 abr. 2020. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5e8f17e4d3bf7f4120cb1881/Final_Report_-_Sabre_Farelogix.pdf. Acesso em 30 de ago. 2022

COMPETITION & MARKETS AUTHORITY (CMA); INFORMATION COMMISSIONER'S OFFICE (ICO). **Competition and data protection in digital markets: a joint statement between the CMA and the ICO**. Publicado em 19 mai. 2021. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/987358/Joint_CMA_ICO_Public_statement_-_final_V2_180521.pdf. Acesso em 02 set. 2022

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Guia para Análise de Atos de Concentração Horizontal**. Ministério da Justiça, 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>. Acesso em 29 ago. 2022

_____. **Inquérito Administrativo nº 08700.005679/2016-13**. Requerentes Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB, Expedia do Brasil Agência de Viagens e Turismo Ltda, Decolar.com Ltda. e Booking.com Brasil Serviços de Reserva de Hotéis Ltda. Disponível em: [0c62g277GvPsZDAxAO1tMiVcL9FcFMR5UuJ6rLqPEJuTUu08mg6wxLt0JzWxCor9mNcMYP8UAjTVP9dxRfPBcTxHTesk7ujM0u5JLxr9KheofVYrD_3wGZyVwWqL1PUI](https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf)

_____. **Guia de Remédios Antitruste**, Brasília, 2018. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-remedios.pdf>. Acesso em 3 set. 2022

_____. **Ato de Concentração nº 08700.002703/2019-13**. Requerentes Mosaico Negócios de Internet S.A. e Buscapé Company Informação de Tecnologia Ltda. Julg. 15 ago. 2019

_____. Documento de Trabalho nº 005/2020. **Concorrência em mercados digitais: uma revisão dos relatórios especializados**. Elaborado por Filippo Maria Lancieri e Patrícia Alessandra Morita Sakowski. Brasília, ago. 2020a

_____. **Processo Administrativo nº 08700.004494/2018-53**. Voto Conselheiro Luis Henrique Bertolino Braidó. Juntado ao processo em 07 mai. 2020b

_____. **Ato de concentração 08700.006126/2019-21** (Capgemini/Caixa). J. 07.01.2020

_____. **Ato de concentração 08700.006216/2019-11** (EAS Educação/Geekie). J. 27.01.2020

_____. **Ato de concentração 08700.000230/2020-45** (Deadlus/Agfa Healthcare). J. 10.02.2020

_____. **Ato de concentração 08700.000695/2020-04** (Kinea/Matera). J. 03.03.2020

_____. **Ato de concentração 08700.000826/2020-45** (Grupo BR Malls/Multiplan/Delivery Center). J. 16.03.2020

_____. **Ato de concentração 08700.001096/2020-08** (STG/Ontario Teacher's Pension Board). J. 19.03.2020

_____. **Ato de concentração 08700.001802/2020-11** (Finnberga/Infracommerce). J. 15.04.2020

_____. **Ato de concentração 08700.002463/2020-82** (STNE/Delivery Much). J. 10.06.2020

_____. **Ato de concentração 08700.002759/2020-01** (FD/ Software Express). J. 02.07.2020

_____. **Ato de concentração 08700.003205/2020-13** (Embraer/Tempest) J. 04.08.2020

_____. **Ato de concentração 08700.000627/2020-37** (SBF/Nike). J. 04.11.2020

_____. **Ato de concentração 08700.003703/2020-66** (Magazine Luiza/Loco Tecnologia. J. 26.08.2020

_____. **Ato de concentração 08700.003742/2020-63** (Sinqia/Itaú). J. 01.09.2020

_____. **Ato de concentração 08700.003940/2020-27** (PagSeguro/Wirecard). J. 11.09.2020

_____. **Ato de concentração 08700.001796/2020-94** (Bom Negócio/Zap). J. 15.09.2020

_____. **Ato de concentração 08700.004183/2020-17** (Fleury/Sabin/Wang). J. 29.09.2020

_____. **Ato de concentração 08700.004648/2020-21** (Accenture/American International Group) J. 22.10.2020

_____. **Ato de concentração 08700.004799/2020-80** (Companhia brasileira de Tecnologia/Cayman). J. 28.10.2020

_____. **Ato de concentração 08700.005513/2020-83** (TBICO/Information Builders). J. 11.11.2020

_____. **Ato de concentração 08700.005267/2020-60** (Bradseg/Companhia Brasileira de Gestão de Serviços). J. 7.11.2020

_____. **Ato de concentração 08700.005669/2020-64** (Solar BR Participações/Mar Instituição de Pagamentos). J. 03.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.005801/2020-38** (Titan/Drammen). J. 09.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.005960/2020-32** (Afya/iClinic). J. 10.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.006005/2020-12** (Francisco Partners/Forcepoint). J. 14.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.006231/2020-01** (Bradseg/Companhia Br. De Gestão de Serviços). J. 23.12.2020

_____. **Ato de Concentração 08700.002761/2020-72** (Sinch/TWW/Mobile). J. 23.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.006365/2020-14** (ZZAB/Troc.com.br). J. 23.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.005865/2020-39** (Serasa/Boa Vista). J. 23.12.2020

_____. **Ato de concentração 8700.006293/2020-13** (Locaweb/Vindi). J. 23.12.2020

_____. **Ato de concentração 08700.006501/2020-76** (SBF/Network). J. 15.01.2021

_____. **Ato de concentração 08700.000256/2021-74** (Ebanx/Topázio). J. 01/02/2021

_____. **Ato de concentração 08700.000284/2021-91** (Imola/Ingram). J. 09.02.2021

_____. **Ato de concentração 08700.000538/2021-71** (Banco Inter/BMG). J. 12.02.2021

_____. **Ato de concentração 08700.000638/2021-06** (UOL EdTech/Passai Direto). J. 12.02.2021

_____. **Ato de concentração 08700.000580/2021-92** (USS/Fix). J. 25/02/2021

_____. **Ato de concentração 08700.000928/2021-41** (Banco Vovotim/Trademaster). J. 15.03.2021

_____. **Ato de concentração 08700.006373/2020-61** (Serasa/Claro). J. 14.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.000059/2021-55** (Magalu/Hub). J. 14.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.006000/2020-90** (Fleury/Sabin). J. 18.03.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003969/2020-17** (STNE/Linx). J. 16.06.2021

_____. **Ato de concentração 08700.000779/2021-11** (BLAH/DTI). J. 26.03.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001491/2021-63** (Extreme Digital Consultoria/GR1DT). J. 05/04/2021

_____. **Ato de concentração 08700.001503/2021-50** (Ruby Investment/RSA Security). J. 09.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001458/2021-33** (TOTVS/ RD Gestão de Sistemas). J. 13.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001618/2021-44** (Superlógica/Alleric). J. 15.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001713/2021-48** (Ontario Teacher's Pension Board/Maverick). J. 22.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001772/2021-16** (Galaxy Bidco/M-Tec). J. 27.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001710/2021-12** (Volkswagen/Robert Bosch). J. 30.04.2021

_____. **Ato de concentração 08700.001959/2021-10** (2RMT/Tantal). J. 13.05.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002227/2021-47** (Locaweb/Organisys). J. 18.05.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002230/2021-61** (Locaweb/PagCerto). J. 21.05.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002351/2021-11** (Americanas/Uni.co). J. 27.05.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002435/2021-46** (Companhia Brasileira de Educação e Sistemas de Ensino/Quadro Mágico). J. 01.06.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002277/2021-24** (Inovabra/Sky.One). J. 02.06.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002668/2021-49** (Telefónica/Daytona). J. 09.06.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003249/2021-24** (Compasso/Fast Track). J. 01.07.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003247/2021-35** (Magalu/BS2). J. 05/07/2021

_____. **Ato de concentração 08700.003064/2021-10** (Edenred/Buzau/Quartz/Freto/Alvand/Unipessoal). J. 07.07.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003177/2021-15** (Euro Rowan/Equinx). J. 12.07.2021

_____. **Ato de concentração 08700.006662/2020-60** (Anxiolong/CiaTC/Giraffas/Outback Steakhouse/Bramex/Rei do Mate/4all Holding/DP Brasil). J. 14.07.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003515/2021-19** (CI&T/Dextra). J. 22.07.2021

_____. **Ato de concentração 08700.002424/2021-66** (Serasa/SPC). J. 26.07.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003910/2021-00** (Sakuza/Valtech). J. 12.08.2021

_____. **Ato de concentração 08700.004016/2021-49** (Sinqia/Mercer). J. 20.08.2021

_____. **Ato de concentração 08700.004749/2021-83** (Bemobi/Multidisplay). J. 16.09.2021

_____. **Ato de concentração 08700.004398/2021-19** (Raia Drogasil/Dr. Cuco). J. 17.09.2021

_____. **Ato de concentração 08700.005186/2021-41** (NTT/NTT Brazil). J. 13.10.2021

_____. **Ato de concentração 08700.003780/2021-05** (Magazine Luiza/Kabum). J. 19.10.2021

- _____. **Ato de concentração 08700.003933/2021-14** (Linx/Criatec). J. 19.11.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.001959/2021-10** (Aldebaran/Multiestratégia Genoma). J. 19.11.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.005726/2021-96** (Bradesco/Bando Digio). J. 23.11.2021
- _____. **Ato de Concentração 08700.005934/2021-95** (Neoway/B3). J. 24.11.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.005800/2021-74** (Banco Pan/Mosaico). J. 24.11.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.005920/2021-71** (Broad Street/AMLQ/Piemonte/Elea Digital Infraestrutura). J. 26.11.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.006035/2021-18** (Faros/XP). J. 03.12.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.006291/2021-05** (GA IS/OISA). J. 14.12.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.005922/2021-61** (Quality Software/ACCT). J. 22.12.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.006596/2021-17** (Infracommerce/Unilever). J. 22.12.2021
- _____. **Ato de concentração 08700.006570/2021-61** (Banco B2/Bradesco/Next Tecnologia). J. 22.12.2021

COYLE, Diane. Practical competition policy implications of digital platforms. **Antitrust Law Journal**, v. 82, n. 3, p. 835-860, 2019.

CRÉMER, Jacques; MONTJOYE, Yves-Alexandre; SCHWEITZER, Heike. **Competition Policy for the digital era: final report**. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019.

DELRAHIM, Makan. Assistant Attorney Gen., Dep't of Justice. **Good Times, Bad Times, Trust Will Take Us Far: Competition Enforcement and the Relationship Between Washington and Brussels**, 21 fev. 2018. Disponível em: <https://www.justice.gov/opa/speech/assistant-attorney-general-makan-delrahim-delivers-remarks-college-europe-brussels>. Acesso em 31 ago. 2022

ECONOMIDES, Nicholas; LIANOS, Ioannis. **Data networks and platforms: What effects on economic development. Antitrust and restrictions on privacy in the digital economy**. Conference for Antitrust and developing and emerging economies. Concurrences n°2, 2020.

EZRACHI, Ariel; STUCKE, Maurice. **Virtual competition**. The promise and perils of the algorithm- driven economy. Cambridge: Harvard University Press, 2016.

FERNANDES, Victor. **Restrições à privacidade: um problema antitruste?** 2ª Edição (No Prelo) Tratado de Proteção de Dados Pessoais. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

_____. Privacy Harms in Platform Mergers: Lessons from Brazil. Competition Policy International, 2022. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=4172347>

FRAZÃO, Ana. **Direito da concorrência**. 1ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2017. E-book. 9788547219611

FRAZÃO, Ana de Oliveira. Plataformas digitais e os desafios para a regulação jurídica. In: PARENTONI, Leonardo. **Direito, Tecnologia e Inovação**. v. I. Belo Horizonte: D` Placido, 2018, 636-669

FRAZÃO, Ana; SANTOS, Luiza Mendonça da Silva Belo. **Plataformas Digitais e o Negócio de Dados: Necessário Diálogo entre o Direito da Concorrência e a Regulação dos Dados**. In. Revista do Direito Público v. 17 n. 93: Proteção de Dados e Inteligência Artificial: Perspectivas Éticas e Regulatórias - Volume II, 2020. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/3695>. Acesso em: 2 set. 2022.

_____. **Violação de dados pessoais pode ser um problema antitruste?** A recente decisão da autoridade concorrencial alemã que considera ilícito antitruste a política de tratamento de dados do Facebook. JOTA, 21 fev. 2019. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/violacao-de-dados-pessoais-pode-ser-um-problema-antitruste-21022019>. Acesso em 01 set. 2022

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). Centro de Tecnologia da Informação Aplicada da Fundação Getúlio Vargas. **33ª Pesquisa Anual do FGVCia: Uso da TI nas Empresas**, F. Meirelles, 2022. Disponível em: https://easp.fgv.br/sites/easp.fgv.br/files/u68/fgvcia_pes_ti_2022_-_relatorio.pdf. Acesso em 25 ago. 2022

FURMAN, Jason (coord.) et al. **Unlocking Digital Competition: Report of the Digital Competition Expert Panel**. Relatório publicado em Março de 2019. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf. Acesso em 29 ago. 2022

GAL, M. S; RUBINFELD, D. L. **The Hidden Costs of Free Goods: Implications for Antitrust Enforcement**. p. 3, in Law & Economics Research Paper Series, Working Paper No. 14-44, pp. 1-58, New York University School of Law - Center for Law, Economics and Organization, 2015.

INDIA. *Indian Competition Commission. Case No. 07 and 30 of 2012*. Competition Commission of India. 2012. Disponível em: <https://www.cci.gov.in/sites/default/files/07%20&%20%2030%20of%202012.pdf>. Acesso em 3 set 2019

JAPÃO. Fair Trade Commission. **Guidelines to Application of the Antimonopoly Act Concerning Review of Business Combination**. Revisado em 17 dez. 2019. Disponível em: https://www.jftc.go.jp/en/legislation_gls/imonopoly_guidelines_files/191217GL.pdf. Acesso em 2 set. 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: 31 ago. 2022.

LAITENBERGER, Johannes. Director-General for Competition, European Comm'n, Speech at the MLex/Hogan Lovells Event in Brussels. **EU Competition Law in Innovation and Digital Markets: Fairness and the Consumer Welfare Perspective**. 10 out. 2017. Disponível em: http://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2017_15_en.pdf. Acesso em: 31 ago. 2022

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **World Employment Social Outlook 2021: The role of digital labour platforms in transforming the world of work**. Publicado em fev. 2021. Disponível em: <https://ilo.org/infostories/Campaigns/WESO/World-Employment-Social-Outlook-Report-2021#introduction>. Acesso em 25 ago. 2022.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **The digital Economy**. Directorate for Financial and Enterprise Affairs. Competition Committee. Publicado em 07 fev. 2013. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf>. Acesso em 30 ago. 2022

_____. **Data-Driven Innovation: Big Data for Growth and Well-Being**, OECD Publishing, Paris, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264229358-en>. Acesso em 30 ago. 2022

_____. **Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era: Background Note by the Secretariat**. Publicado em 30 abr. 2016. Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2016\)14/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2016)14/en/pdf). Acesso em: 29 ago. 2022

_____. **Measuring market power in multi-sided markets** - Note by Kate Collyer. Hearing on Re-thinking the use of traditional antitrust enforcement tools in multi-sided markets. Publicado em 12. Jun. 2017. Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2017\)35/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2017)35/en/pdf). Acesso em 29 ago. 2022

_____. **Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms**. Publicada em 2018. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf>. Acesso em 26 ago. 2022

_____. **The evolving concept of market power in the digital economy**. OECD Competition Policy Roundtable Background Note. Publicada em 2022a. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/the-evolving-concept-of-market-power-in-the-digital-economy-2022.pdf>. Acesso em 26 ago. 2022

_____. **The evolving concept of market power in the digital economy – Note by Brazil**. OECD Competition Policy Roundtable Background Note. Publicada em 2022b. Disponível em: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2022\)31/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2022)31/en/pdf). Acesso em 26 ago. 2022

OXFORD ECONOMICS; HUAWEI. **Digital Spillover: Measuring the true impact of the digital economy.** Publicado em 5 set. 2017. Disponível em: <https://www.huawei.com/minisite/gci/en/digital-spillover/files/gci-digital-spillover.pdf>. Acesso em 25 ago. 2022

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Direito Concorrencial.** 2ª. ed. E-book. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

SCHMALENSSEE, Richard; EVANS, David S. **Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms.** Competition Policy International, Vol. 3, No. 1, Spring 2007 Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=987341>. Acesso em 29 ago. 2022

SMITH, Evan. **The Techlash Against Amazon, Facebook, and Google and What They Can Do.** Economist. 20 jan. 2018, Disponível em: <https://www.economist.com/briefing/2018/01/20/the-techlash-against-amazon-facebook-and-google-and-what-they-can-do>. Acesso 31 ago. 2022

STIGLER CENTER. **Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report.** Publicado em set. 2019. Disponível em: <https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/digital-platforms---committee-report---stiglercenter.pdf?la=en&hash=2D23583FF8BCC560B7FEF7A81E1F95C1DDC5225E>. Acesso em 29 ago. 2022

STUCKE, Maurice E. **Should We Be Concerned About Data-Opolies?** Publicado em 2018. p. 285-286. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144045. Acesso em 29 ago. 2022.

SVETLANA, Avdasheva; DINA, Korneeva. **Theories of harm for multi-sided platforms: challenges for competition policy and BRICS answers.** National Research University. CRESSE, 2019. Disponível em: https://www.cresse.info/wp-content/uploads/2020/02/2019_ps3_pa4_Theories-of-harm.pdf. Acesso em 3 set. 2019

THE WHITE HOUSE: Executive Office of the President. **Big Data: Seizing Opportunities, Preserving Values,** 2014.

UNIÃO EUROPEIA (UE). **Commission Notice on a simplified procedure for treatment of certain concentrations under Council Regulation (EC) No 139/2004.** Official Journal of the European Union, p. 14 dez. 2013. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013XC1214\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013XC1214(02)&from=EN). Acesso em 19 ago. 2022

_____. European Commission. Commission Decision: **Case M.8124: Microsoft / LinkedIn,** E.C. 139/2004. Public Version. Julgado em 06 dez. 2016a. Disponível em: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m8124_1349_5.pdf

_____. European Commission. **Press Release IP/16/4284.** Mergers: Commission Approves Acquisition of LinkedIn by Microsoft, Subject to Conditions. Publicado em 6 dez. 2016b. Disponível em: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4284_en.htm. Acesso em 3 set. 2022

_____. European Commission. Commission Decision: **Case AT.39740** - Google Search (Shopping). Bruxelas, 27 de junho 2017-A. Disponível em: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf. Acesso em 24 ago. 2022.

_____. European Commission. **Mergers**: Commission clears acquisition of Kustomer by Meta (formerly Facebook), subject to conditions. Press Release, 27 jan. 2022. Disponível em: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_652. Acesso em 4 set. 2022

Walle, Simon Vande. **The European Commission's Approval of Google / Fitbit – A Case Note and Comment**. CONCURRENCES COMPETITION LAW REVIEW Nr. 3-2021 Publicado em ago. 2021. Disponível em: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3893079> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3893079>. Acesso em 3 set. 2022

ZENGER, Hans; WALKER, Mike. **Theories of Harm in European Competition Law: A Progress Report** (February 22, 2012). In. BOURGEOIS, Jaques; WAELEBROECK, Denis. Ten Years Of Effects-Based Approach In Eu Competition Law. Eds., pp. 185-209, Bruylant, 2012. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2009296>. Acesso em: 31 ago. 2022

ANEXO I – BASE DE DADOS DA AUTORIDADE ANTITRUSTE EUROPEIA

Atos de Concentração em Mercados digitais julgados pela Comissão Europeia					
Número do Processo	Requerentes	Data de Notificação	Data de Julgamento	Setores Econômicos Afetados	Mérito da Operação
Case M.9660	Google, US Fitbit, US	15.06.2020	17.12.2020	J.62.01 - Computer programming activities C.26.4 - Manufacture of consumer electronics J.58.2 - Software publishing J.63.12 - Web portals	Aprovado com remédios
Case M.9619	Caisse des dépôts et consignations (o "CDC", França), La Poste S.A, EDF Pulse Croissance Holding, ENGIE	10.07.2020	30.10.2020	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals	Aprovado sem restrições
Case M.9633	Astorg, Nordic Capital, Novo, ERT	18.12.2019	20.03.2020	J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals J.63 - Information service activities Q.86.9 - Other human health activitie	Aprovado sem restrições
Case M.9683	Colony Capital, PSP, ETIX	13.12.2019	N/A	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições
Case M.9843	Colony Capital, PSP, NGD	02.06.2020	26.01.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições
Case M.9848	CMI, Rockaway, MR MC, Gjirafa Tech	19.11.2020	23.12.2020	M.73.1 - Advertising J.63.11 - Data processing, hosting and related activities J.63.9 - Other information service activities G.47.91 - Retail sale via mail order houses or via Internet	Aprovado sem restrições
Case M.9875	BGL BNP Paribas, Post Luxembourg, i-hub	02.10.2020	30.10.2020	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições
Case M. 9922	GHO, MIC, Envision	10.08.2020	27.10.2020	J.62 - Computer programming, consultancy and related activities J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals J.62.09 - Other information technology and computer service activities	Aprovado sem restrições
Case M.9931	Stirling Square Capital Partners/ TA Associates/ Docu Nordic Group	20.08.2020	16.09.2020	J.62.0 - Computer programming, consultancy and related activities	Aprovado sem restrições

				J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals J.58.1 - Publishing of books, periodicals and other publishing activities	
Case M.10128	Stirling Square Capital Partners/TA Associates/Glenigan	28.01.2021	23.02.2021	J.62.0 - Computer programming, consultancy and related activities J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals J.63 - Information service activities J.63.9 - Other information service activities J.58.14 - Publishing of journals and periodical	Aprovado sem restrições
Case M.10133	Astorg, Nordic Capital, Novo, Bioclinica	16.03.2021	23.11.2021	J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals Q.86.9 - Other human health activities	Aprovado sem restrições
Case M.10182	Saudi Aramco Development Company, Cognite AS	15.04.2021	10.05.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities J.62.09 - Other information technology and computer service activities	Aprovado sem restrições
Case M.10241	Liberty Global PLC, Colony Capital, Inc.	21.05.2021	21.06.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições
Case M.10253	Colony Capital, The Goldman Sachs Group	29.04.2021	28.05.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições
Case M. 10318	Apollo Management, Verizon Media Group	15.06.2021	03.09.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities J.63 - Information service activities J.63.99 - Other information service activities n.e.c. J.63.12 - Web portals	Aprovado sem restrições
Case M.10331	Caisse de Dépôts et Consignations, Autodistribution, Digital Aftermarket	01.07.2021	17.09.2021	J.63.12 - Web portals	Aprovado sem restrições
Case M.10336	PORR AG, Doka	12.08.2021	07.09.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições
Case M.10359	Carsales, Goldman Sachs Group, Eurazeo SE	14.07.2021	11.08.2021	J.63.12 - Web portals	Aprovado sem restrições
Case M.10362	KKR, CD&R, Cloudera	16.07.2021	12.08.2021	J.63.11 - Data processing, hosting and related activities	Aprovado sem restrições

Case M.10402	Blackstone, GTCR, Campaign Parent			J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals J.58.2 - Software publishing	Aprovado sem restrições
Case M.10527	Insight, Vector Capital, Iris Holding JV			J.62 - Computer programming, consultancy and related activities J.63.1 - Data processing, hosting and related activities; web portals J.58.2 - Software publishing	Aprovado sem restrições

ANEXO II – BASE DE DADOS DO CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONOMICA

Atos de Concentração em Mercados digitais julgados pela Comissão Europeia					
Número do Processo	Requerentes	Data de Notificação	Data de Julgamento	Mercado Relevante	Mérito da Operação
08700.006373/2020-61	Serasa S.A. e Claro S.A.	11/12/2020	14/04/2021	Serviços de informações de crédito	Aprovação sem restrições
08700.000779/2021-11	BLAH Participações Ltda. e DTI Sistemas Ltda.	10/02/2021	26/03/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.003249/2021-24	Compasso Tecnologia Ltda. (Compasso UOL) e Fast Track Investments Ltda.	18/06/2021	01/07/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.003515/2021-19	CI&T Software S.A. e Dextra Investimentos S.A.	02/07/2021	22/07/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.005186/2021-41	NTT DATA Business Solutions Holding Ltda. e NTT DATA Business Solutions Participações S.A. Natureza da operação	23/09/2021	13/10/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.005922/2021-61	Quality Software S.A. e ACCT Consultoria e Desenvolvimento S.A	29/10/2021	22/12/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.000284/2021-91	Imola Acquisition Corporation e Ingram Micro Inc. Natureza da Operação	19/01/2021	09/02/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.001503/2021-50	Ruby Investment Holdings, L.P. e RSA Security LLC.	22/03/2021	09/04/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.001710/2021-12	Volkswagen AG e Robert Bosch GmbH.	05/04/2021	30/04/2021	Serviços de tecnologia da informação - Transporte	Não conhecimento
08700.003969/2020-17	STNE Participações S.A. e Linx S.A.	21/08/2020	16/06/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.001772/2021-16	Galaxy Bidco ApS e M-Tec Holding Danmark	06/04/2021	27/04/2021	Serviços de tecnologia da informação - Transporte	Aprovação sem restrições
08700.006501/2020-76	Grupo SBF S.A. e Network Participações S.A.	21/12/2020	15/01/2021	Serviços de tecnologia da informação - Publicidade	Aprovação sem restrições
08700.000059/2021-55	Magalu Pagamentos Ltda. e Hub Prepaid Participações S.A.	05/01/2021	14/04/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.000256/2021-74	EBANX Brasil Holdings S.A. e Banco Topázio S.A..	15/01/2021	01/02/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.003910/2021-00	Suzuka Investment Pte. Ltd. e Valtech SE.	22/07/2021	12/08/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.000538/2021-71	Banco Inter S.A., BMG Granito Soluções em Pagamento S.A.	29/01/2021	12/02/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições

08700.006000/2020-90	Fleury S.A. e Sabin Ventures Ltda.	24/11/2020	18/03/2021	Serviços de tecnologia da informação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.006662/2020-60 08700.001691/2021-16	Axionlog (Arcos Dorados), CiaTC, Giraffas, Outback Steakhouse, Bramex (Grupo Trigo), Rei do Mate, 4all Holding e DP Brasil (Domino's)	29/12/2020	14/07/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Alimentação	Aprovação sem restrições
08700.000928/2021-41	Banco Votorantim S.A. e Trademaster Serviços e Participações S.A.	22/02/2021	15/03/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.000580/2021-92	USS Soluções Gerenciadas S.A. e a Fix Tecnologia e Serviços S.A.	01/02/2021	25/02/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.000638/2021-06	UOL Edtech Tecnologia Educacional Ltda. e Passei Direto S.A.	04/02/2021	12/02/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Educação	Aprovação sem restrições
08700.001458/2021-33	TOTVS Large Enterprise Tecnologia S.A., RD Gestão de Sistemas S.A.	19/03/2021	13/04/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.001491/2021-63	Extreme Digital Consultoria e Representações Ltda e GRID Tecnologia S.A.	22/03/2021	05/04/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.001618/2021-44	Superlógica Tecnologias S.A. e Alleric Participações Ltda.	26/03/2021	15/04/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Imobiliário	Aprovação sem restrições
08700.001713/2021-48	Ontario Teachers' Pension Plan Board e Maverick Topco LLC.	05/04/2021	22/04/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.001959/2021-10	2RM Tecnologia da Informação S.A., Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia Genoma IV e Tantal - Fundo de Investimento em Participações	15/04/2021	13/05/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.002230/2021-61	Locaweb Serviços de Internet S.A. e PagCerto Soluções em Pagamentos S.A.	29/04/2021	21/05/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.002227/2021-47	Locaweb Serviços de Internet S.A. e Organisis Software S.A.	29/04/2021	18/05/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.002424/2021-66	Serasa S.A., SPC Brasil, Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), Serviço Nacional de Proteção ao Crédito ("SPC Brasil") e entidades associadas.	12/05/2021	26/07/2021	Serviços de informações de crédito	Aprovação sem restrições
08700.002277/2021-24	Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia Inovabra I - Investimento no Exterior e Sky.One Tecnologia em Software S.A.	04/05/2021	02/06/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições

08700.003064/2021-10	Edenred Brasil Participações S.A., Buzau Inversiones AA S.A., Quartzo Growth, Freto Soluções e Tecnologia S.A. e Alvand Consulting, Unipessoal Ltda.	10/06/2021	07/07/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Transporte	Aprovação sem restrições
08700.002435/2021-46	Companhia Brasileira de Educação e Sistemas de Ensino S.A. e Quadrado Mágico Desenvolvimento e Licenciamento de Software S.A.	12/05/2021	01/06/2021	Serviços de tecnologia da informação - Educação	Aprovação sem restrições
08700.002668/2021-49	Telefónica Infra, S.L. e Daytona HolCo, S.L.	25/05/2021	09/06/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.003247/2021-35	Magalu Pagamentos Ltda. e Banco BS2 S.A.	18/06/2021	05/07/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.003177/2021-15	Euro Rowan Pte Ltd e Equinix, Inc.	16/06/2021	12/07/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.003780/2021-05	Magazine Luiza S.A. e Kabum Comércio Eletrônico S.A.	16/07/2021	19/10/2021	Mercado de comércio varejista online (e-commerce)	Aprovação sem restrições
08700.003933/2021-14	Linx Sistemas e Consultoria Ltda. e Criatec 3 Fundo de Investimento em Participações Capital Semente	23/07/2021	19/11/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.004016/2021-49	Sinqia Tecnologia Ltda e Mercer Seguridade Ltda.	28/07/2021	20/08/2021	Serviços de tecnologia da informação - Financeiro	Aprovação sem restrições
08700.004398/2021-19	Raia Drogasil S.A. e Dr. Cuco Desenvolvimento de Software Ltda.	18/08/2021	17/09/2021	Plataformas digitais / Intermediação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.004749/2021-83	Bemobi Mobile Tech S.A. e Multidisplay Comércio e Serviços Tecnológicos S.A..	30/08/2021	16/09/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.005726/2021-96	Aldebaran S.A.R.L SPF., Orjen Investments Pte. Ltd. e Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia Genoma VII	21/10/2021	19/11/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.005920/2021-71	Broad Street Brazil Holdings II, LLC, AMLQ Holdings (DEL), LLC, Piemonte Holding de Participações S.A. e Elea Digital Infraestrutura e Redes de Telecomunicações S.A.	29/10/2021	26/11/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.005825/2021-78	Bradescard Elo Participações S.A. e Banco Digio S.A.	26/10/2021	23/11/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições

08700.005934/2021-95	B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão e Neoway Tecnologia Integrada, Assessoria e Negócios S.A.	01/11/2021	24/11/2021	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.006291/2021-05	GA IS Holding, L.P. e OISA Tecnologia e Serviços Ltda.	12/11/2021	14/12/2021	Serviços de tecnologia da informação - Educação	Aprovação sem restrições
08700.006596/2021-17	Infracommerce Negócios e Soluções em Internet Ltda., e Unilever Brasil Ltda. e Unilever IP Holding BV.	25/11/2021	22/12/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Marketplaces diversos	Aprovação sem restrições
08700.006035/2021-18	Faros Participações S.A. e XP Investimentos S.A.	04/11/2021	03/12/2021	Plataformas digitais / Intermediação - Financeiro	Aprovação sem restrições
08700.006570/2021-61	Banco BS2 S.A.; Banco Bradesco S.A.; e Next Tecnologia e Serviços Digitais S.A.	24/11/2021	22/12/2021	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.002351/2021-11	Lojas Americanas S.A. e Uni.co S.A.	07/05/2021	27/05/2021	Mercado de comércio varejista online (e-commerce)	Aprovação sem restrições
08700.005800/2021-74	Banco Pan S.A. e Mosaico Tecnologia ao Consumidor S.A.	25/10/2021	24/11/2021	Plataformas digitais/ Intermediação - Marketplaces diversos	Aprovação sem restrições
08700.006005/2020-12	Francisco Partners Management, L.P. e Forcepoint LLC.	24/11/2020	14/12/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.000627/2020-37	Grupo SBF S.A e Nike do Brasil Comércio e Participações Ltda.	12/02/2020	04/11/2020	Mercado de comércio varejista online (e-commerce)	Aprovação condicionada à celebração e ao cumprimento de ACC
08700.000230/2020-45	Dedalus Holding S.p.A. e Agfa HealthCare Imaging Agents GmbH.	17/01/2020	10/02/2020	Serviços de tecnologia da informação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.005267/2020-60	Bradseg Participações S.A. e Companhia Brasileira de Gestão de Serviços.	27/10/2020	17/11/2020	Serviços de tecnologia da informação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.006126/2019-21	Capgemini Latin America S.A.S. e Caixa Participações S.A.	20/12/2019	07/01/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.000695/2020-04	Kinea Private Equity IV Master Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia e Matera Systems Informática S.A.	17/02/2020	03/03/2020	Serviços de tecnologia da informação - Financeiro	Aprovação sem restrições
08700.003205/2020-13	Embraer S.A. e Tempest Serviços de Informática S.A.	10/07/2020	04/08/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.006231/2020-01	Bradseg Participações S.A. e Companhia Brasileira de Gestão de Serviços.	03/12/2020	23/12/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições

08700.001096/2020-08	STG Partners LLC, Ontario Teachers' Pension Plan Board e RSA Security LLC.	11/03/2020	19/03/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.004648/2020-21	Accenture International Limited e American International Group	30/09/2020	22/10/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.006216/2019-11	EAS Educação S.A. e Geekie Desenvolvimento de Software S.A.	29/12/2019	27/01/2020	Serviços de tecnologia da informação - Educação	Aprovação sem restrições
08700.001802/2020-11	Finnberg Worldwide Limited e Infracommerce, Ltd.	07/04/2020	15/04/2020	Mercado de comércio varejista online (e-commerce)	Aprovação sem restrições
08700.002463/2020-82	STNE Participações S.A. e Delivery Much Tecnologia S.A.	22/05/2020	10/06/2020	Plataformas digitais/ Intermediação - Alimentação	Aprovação sem restrições
08700.002761/2020-72	Sinch Latin America Holding AB e TWW do Brasil S.A e Mobile Mobile Commerce Holdings	09/06/2020	23/12/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.003742/2020-63	Sinqia S.A e Itaú Administração Previdenciária Ltda.	12/08/2020	01/09/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.003903/2020-19	Fleury S.A., Sabin Medicina Diagnóstica S.A e Wang & Andrade Informática, Comércio e Serviço Ltda.	19/08/2020	29/09/2020	Serviços de tecnologia da informação - Saúde	Aprovação sem restrições
08700.004183/2020-17	Stefanini Consultoria e Assessoria em Informática S.A e Procomp Indústria Eletrônica Ltda.	04/09/2020	25/09/2020	Serviços de tecnologia da informação - Financeiro	Aprovação sem restrições
08700.004799/2020-80	Companhia Brasileira de Tecnologia para E-Commerce e LA Holdings (Cayman) Ltd.	07/10/2020	28/10/2020	Mercado de comércio varejista online (e-commerce)	Aprovação sem restrições
08700.005513/2020-83	TIBCO Software Inc. e Information Builders, Inc.	29/10/2020	11/11/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.000826/2020-45	Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia, Inovação e Tecnologia (Grupo BR Malls), Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. e Delivery Center Holding S.A.	21/02/2020	16/03/2020	Plataformas digitais/ Intermediação - Alimentação	Aprovação sem restrições
08700.005801/2020-38	Titan Venture Capital e Investimentos Ltda. e Drammen RJ Infraestrutura e Redes de Telecomunicações	12/11/2020	09/12/2020	Serviços de tecnologia da informação - Empresas	Aprovação sem restrições
08700.005960/2020-32	Afya Participações S.A. e iClinic Desenvolvimento de Software Ltda.	20/11/2020	10/12/2020	Serviços de tecnologia da informação - Saúde	Aprovação sem restrições

08700.002759/2020-01	FD do Brasil Soluções de Pagamentos Ltda. e Software Express Informática Ltda.	09/06/2020	02/07/2020	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.006365/2020-14	ZZAB Comércio de Calçados Ltda. e Troc.com.Br	11/12/2020	23/12/2020	Mercado de comércio varejista online (e-commerce)	Aprovação sem restrições
08700.003703/2020-66	Magazine Luiza S.A. e In Loco Tecnologia da Informação S.A.	11/08/2020	26/08/2020	Serviços de tecnologia da informação - Publicidade	Aprovação sem restrições
08700.005669/2020-64	Solar.Br Participações S.A. e Sol e Mar Instituição de Pagamentos S.A.	06/11/2020	03/12/2020	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.005865/2020-39	Serasa S.A., Gestora de Inteligência de Crédito S.A. e Boa Vista Serviços S.A.	16/11/2020	23/12/2020	Serviços de informações de crédito	Aprovação sem restrições
08700.006293/2020-13	Locaweb Serviços de Internet S.A. e Vindi Tecnologia e Marketing S.A.	07/12/2020	23/12/2020	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.003940/2020-27	PagSeguro Internet S.A. e Wirecard Brazil S.A.	20/08/2020	11/09/2020	Soluções nos mercados de pagamento	Aprovação sem restrições
08700.001796/2020-94	Bom Negócio Atividades de Internet Ltda. e ZAP Viva Real Group	07/04/2020	15/09/2020	Plataformas digitais/ Intermediação - Imobiliário	Aprovação sem restrições