Sabendo o que é cartel e seus principais requisitos, como localizá-los de forma prática?

Há mercados que são mais propensos à cartelização?

Sim, existem. Alguns mercados possuem características que facilitam a criação e a manutenção de um cartel.

O **baixo número de concorrentes** é um deles. Alguns mercados não possuem tantos agentes econômicos atuantes quanto outros. Esses mercados se chamam **mercados concentrados ou oligopólios**. A existência de um número menor de agentes atuantes facilita um eventual acordo entre eles e a manutenção de sua existência, afinal, é muito mais fácil fornecer boas condições e manter os termos do acordo com um número reduzido de participantes.

A **pouca variação de um produto ou serviço** também é um fator de atenção a uma maior tendência de cartelização de um mercado. Alguns produtos, por sua natureza, não apresentam grande variação de qualidade entre os agentes econômicos. Como exemplo podemos citar o mercado de algumas matérias primas e itens básicos de consumo (aço, grãos, óleo, ferro, etc.). Esses produtos não comportam muitas inovações. Esses produtos são chamados de **produtos homogêneos**.

Ainda, devemos observar a existência de barreiras à entrada de novos investidores ou concorrentes. Alguns mercados exigem uma maior burocratização para entrada de novos agentes (licenças e autorizações, exigências técnicas, etc.). Nesse tipo de mercado a chance de entrada de um novo concorrente de forma rápida para que possa abalar os demais é remota, facilitando o prévio combinado e a manutenção dos combinados existentes.

Se o preço da gasolina nos postos de combustível da minha cidade é o mesmo, existe um cartel?

Apesar de ser um possível indicativo, a manutenção do mesmo preço ou preço similar entre os agentes econômicos de um mercado relevante não implica necessariamente em prática de cartel. O mesmo pode ser dito para outros tipos de práticas similares entre concorrentes.

A adoção de estratégias parecidas pode ser uma reação natural ao mercado, uma forma de manter-se na concorrência.

No caso do exemplo dos postos de gasolina, é comum que seus preços fiquem expostos na entrada dos estabelecimentos. Um concorrente, sabendo do preço praticado por outro, pode toma-lo como base para diminuir um pouco sua margem de lucro ou trabalhar um pouco acima oferecendo algum diferencial.

Tércio Sampaio Ferraz Junior traz um comentário acerca desse tema:

> No caso dos preços, é preciso identificar a existência de uma formação conjunta e combinada, bem como de uma regra para o seu reajuste. O mero paralelismo (seguir o líder) tanto na fixação de preço como de critério de reajuste, não é ainda indício. O indiciamento econômico exige a demonstração da artificialidade (combinação) das regras, contra uma natural espontaneidade das leis de mercado. Essa artificialidade, por presunção, leva a uma fixação de preços superiores aos que seriam obtidos num mercado concorrencial.

Essa similaridade de preços entre concorrentes no mesmo mercado como uma reação natural é chamada de **paralelismo consciente**. Nessa situação, os concorrentes atuam de forma independente, mas similar em razão das condições de mercado.

Assim, para a caracterização do cartel como infração à ordem econômica, é necessário observar não apenas a existência de preço similar, mas sim a prova concreta de que houve acordo para manter os preços dessa forma (reuniões, mensagens, ligações entre concorrentes, etc.).

A dificuldade da prova de todos os envolvidos nesse tipo de acordo é comum, uma vez que um dos meios para manter a conduta longe dos olhos das autoridades é a clandestinidade.

Por isso a importância dos chamados **acordos de leniência**, por meio dos quais um dos agentes econômicos que participou da prática do cartel delata os demais para obter alguns benefícios em seu favor.