A partir desse ponto passaremos a analisar as infrações à ordem econômica unilaterais. Diferente do cartel, que exigia ao menos dois agentes econômicos e envolvia um acordo, as práticas unilaterais, como o nome sugere, são adotadas por um agente econômico isoladamente.

Uma dessas práticas é o preço predatório, previsto no artigo 36, §3º, inciso XV da Lei 12.529:

> **XV** - vender mercadoria ou prestar serviços injustificadamente abaixo do preço de custo;

O preço predatório é uma forma de eliminar concorrentes do mercado e tem duas fases:

- Toda mercadoria tem o seu custo de produção, sendo que o lucro é a diferença de valor obtida pelo agente econômico na sua comercialização. Assim, presume-se que o mínimo que uma mercadoria poderia ser vendida com lucro é atuando acima de seu custo de produção. O agente que pratica preço predatório comercializa mercadorias abaixo do seu preço de custo por período significativo de tempo. Os demais agentes não conseguem acompanhar o preço praticado, perdendo mercado e, consequentemente, sendo eliminados.
- Um agente econômico não consegue manter a prática acima para sempre. Alcançada a eliminação do concorrente o agente econômico passar a praticar um preço muito acima de seu preço de custo (preço supracompetitivo) para compensar as suas perdas. Com a diminuição de concorrentes o agente consegue comandar o preço, uma vez que diminuem as opções do consumidor.

Para definir se há ou não preço predatório, a primeira etapa é verificar o custo de uma mercadoria. Aqui, o que é muito importante é perceber que esse custo não pode ser padronizado.

O critério que se adota é o custo referencial, ou seja, o custo da empresa infratora e não do concorrente.

Por suas condições de mercado (publicidade, tamanho, etc) cada empresa possui um custo de produção diferente. Uma empresa que adquire uma maior quantidade de produtos para revenda obtém um preço menor de seu fornecedor e, consequentemente, consegue repassá-lo com menor custo ao consumidor final. Uma empresa que adquire pouca quantidade do fornecedor não conseguirá a mesma margem de negociação e, consequentemente, terá um maior valor no repasse ao consumidor final.

Um supermercado que faz “queima de estoque” de produtos perecíveis com data de validade próxima está praticando preço predatório?

Como vimos, a lei define que para o preço predatório é necessário que **não haja justificativa** alguma para a venda abaixo do preço de custo.

Na nossa situação de exemplo, há a justificativa econômica clara de diminuir os prejuízos da empresa por meio da venda desses produtos que logo já não poderão ser comercializados e representarão uma perda para o agente econômico.

Dessa forma, práticas justificadas e pontuais (ou seja, não é uma prática reiterada da empresa) não são consideradas como preço predatório.

Descontos promocionais oferecidos por aplicativos de corridas particulares configuram a prática de preço predatório?

Depende. Se essa prática for temporária e justificada (nesse caso, a justificativa é fomentar a entrada e sedimentação no mercado), não há preço predatório.

A promoção “viaje por R$ 50,00” feita pela Gol em 2004 consiste em prática de preço predatório?

A resposta é não!

De forma semelhante ao que se observou no exemplo da queima de estoque, a promoção realizada pela Gol foi por tempo determinado, em período de baixa temporada e em horários de voo de menor demanda.

Desse modo, há uma estratégica comercial de evitar assentos ociosos e aumento de eficiência, não se falando em preço predatório.

Os descontos promocionais de compras coletivas configuram preço predatório?

Geralmente, não. Essas promoções geralmente ocorrem por tempo determinado e afetam apenas os potenciais consumidores que tenham o hábito de visitar esse tipo de site, delimitando significativamente a influência sobre a concorrência.