

Se uma padaria combinar os preços de venda com as outras padarias do bairro X, considera-se formação de cartel?

Diante de uma pergunta como essa, somos tentados a pensar que não há caracterização do cartel em razão do tamanho pequeno dessas padarias, comércio de bairro.

Contudo, a resposta é: depende de qual é o mercado relevante. É muito importante saber que a análise do mercado relevante leva em consideração a influência do agente econômico **no mercado relevante em que atuam**. Se o mercado relevante dessas padarias é o bairro X, então é possível falar em cartel.

No caso de padarias, a atuação geográfica é bastante restrita, pois geralmente as pessoas compram esse tipo de produto em local próximo de sua casa. As padarias da cidade, de fato, não concorrem entre si.

Assim, essa análise de limite do mercado relevante de um agente econômico deve ser feita com base no caso concreto.

As associações e sindicatos de empresas são cartéis “camuflados”?

Novamente, nossa resposta é: depende. Tudo depende do tipo de informações que são compartilhadas nesses locais.

É natural que entre concorrentes de um mesmo mercado relevante haja interesses em comum e informações trocadas entre eles, visando solucionar problemas de alcance geral.

Dessa forma, certos tipos de informações podem ser trocadas entre concorrentes sem nenhum tipo de problema, a saber:

- Legislação incidente no setor e alterações legislativas
- Problemas relacionados à importação ou exportação, como barreiras tarifárias
- Pesquisa em segurança do trabalho, equipamentos de segurança, assuntos de interesse da indústria em geral, como questões ambientais, por exemplo.
- Opiniões sobre tendências econômicas e políticas
- Políticas públicas associadas à indústria e assuntos trabalhistas, etc.

Todo acordo entre concorrentes é um cartel?

A resposta é não. Existem os chamados **acordos neutros e acordos pró-competitivos**. Um exemplo de acordo pró-competitivo é a criação de central de compras para que empresas de pequeno porte possam comprar produtos com menor preço, podendo, assim, também revendê-las por um menor preço, de modo semelhante às grandes empresas.