

Crise e Concorrência



Ricardo Junqueiro
Advogado

É comum dizer-se que a rivalidade entre empresas é uma coisa boa. A disputa de clientes obriga-as a praticar preços baixos e a inovar e, para isso, a manterem-se fortes e eficientes. Quem mais ganha com mercados concorrenciais são os consumidores, que têm mais e melhores produtos a preços mais baixos. No entanto, em tempos

económicos adversos, em que o consumidor pensa duas vezes antes de gastar cada euro que lhe resta na carteira, em que o desemprego escala, as empresas têm dificuldade em financiar-se e os seus devedores estão insolventes, será que continuamos todos a ganhar com uma concorrência enérgica entre empresas? Algumas poderão pensar que não e, na boa tradição de D. João II e do Tratado de Tordesilhas, preferirem entender-se com os rivais quanto aos mercados a explorar, aos clientes a endereçar, às quantidades produzidas, ou até mesmo aos preços praticados. Os entendimentos de cavalheiros com vista a controlar as variáveis da concorrência nos mercados onde operam podem pois ser uma tentação para as empresas em tempos de crise. Para algumas, menos preparadas, pode mesmo ser uma questão de sobrevivência.

Entendimentos desta natureza são severamente proibidos tanto pela lei nacional como pela europeia. As sanções aplicáveis a este tipo de práticas são verdadeiramente dissuasoras, incluindo a aplicação de coimas muito elevadas às empresas, aos titulares de órgãos de

administração e até mesmo a funcionários com responsabilidades de direcção ou fiscalização de áreas de negócio. Em determinadas circunstâncias, caso a coordenação tenha lugar em concursos públicos, as empresas podem mesmo ficar privadas de participar em procedimentos dessa natureza no futuro. A questão que se coloca é a de saber se a Autoridade de Concorrência e a Comissão Europeia devem olhar para o fenómeno dos entendimentos entre concorrentes em tempos de crise de forma diferente da que olham noutras conjunturas económicas. Existirão razões para flexibilizar a aplicação das proibições ou para atenuar a medida das coimas? A Comissão tem dito que não. Que garantir a existência de mercados concorrenciais na Europa é o melhor contributo para que a Europa saia fortalecida da crise. E que em tempos como os presentes, em que as empresas podem sentir maiores incentivos a cartelizar-se (às vezes o dilema pode ser entre sair do mercado ou permanecer cartelizado), as autoridades devem estar particularmente vigilantes e actuar quando necessário. Em Portugal, um dos países que mais tem sofrido com a conjuntura, não há grandes razões para pensar de forma distinta, cabendo à Autoridade da Concorrência o papel de ajudar o país a sair da crise com mercados concorrenciais e empresas mais fortes.■

Em Portugal cabe à Autoridade da Concorrência o papel de ajudar o país a sair da crise com mercados concorrenciais e empresas mais fortes.