



NOTAS SOBRE TROCAS DE INFORMAÇÃO COMERCIALMENTE SENSÍVEL E AS REGRAS DE CONCORRÊNCIA

PLANO DE APRESENTAÇÃO

	<u>Pág.</u>
I. Exposição de motivos	1
II. Relação concorrencial no mercado grossista de material elétrico	2
III. Troca de informação	2
IV. As regras nacionais e da UE de concorrência a observar	4
V. Características da troca de informação comercialmente sensível	6
VI. Formas de intercâmbio de informação comercialmente sensível	8
VII. Exemplos de informação estratégica ou comercialmente sensível	8
VIII. Padrões de comportamento adotados pelos fornecedores	9
IX. Consequências para as empresas por troca de informação comercialmente sensível	11
X. Decisões condenatórias da AdC	11
XI. Síntese	12
XII. Nota final	13

I - EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

Na sequência da apresentação realizada pelo Dr. Maxim Kleine em 10 de Maio de 2019, no âmbito da *EUEW Meeting*, em Bruxelas, intitulada “*Results of Questionnaire regarding rebate systems used by manufacturers*”, foram suscitadas algumas dúvidas por várias empresas associadas da AGEFE, junto desta, no sentido de serem prestados alguns esclarecimentos relativamente à temática.

Com este desígnio, apresentam-se a seguir alguns esclarecimentos sobre troca de informação comercialmente sensível e as suas consequências no plano das regras de concorrência com vista a permitir às empresas associadas da AGEFE a adoção de condutas e a tomada de decisões mais esclarecidas e conformes ao normativo de concorrência e que evitem que as mesmas, embora sem intenção, possam eventualmente facilitar a uniformização do comportamento dos seus concorrentes e de eventuais terceiros, o qual seria tipificado como contraordenação.

Em Portugal esta vigilância é levada a cabo pela Autoridade da Concorrência (AdC), a qual tem por missão assegurar o respeito pelas regras de promoção e de defesa da concorrência, tendo como escopo principal a garantia da autonomia comercial das empresas e o livre jogo concorrencial, em benefício da maximização do bem-estar dos consumidores e da competitividade da economia. No âmbito destas funções, a AdC já condenou várias empresas pela adoção de decisões anticoncorrenciais com base na troca de informações comercialmente sensíveis.



Com a solicitação da realização deste documento pretende, assim, a AGEFE contribuir para informar e esclarecer as empresas associadas sobre a temática da troca de informações anti-concorrenciais de forma a prevenir infrações ao normativo da Concorrência.

Observe-se, porém, que estas Notas não consubstanciam uma análise ou informação exhaustiva da lei. Outras regras nacionais de concorrência podem ser aplicadas em países dentro e fora da UE. Visa-se somente aumentar o nível de consciencialização e orientação das empresas associadas acerca das regras da concorrência sendo necessário procurar informações mais específicas sobre a legislação concreta aplicável a qualquer ação específica. Portanto, estas Notas, não devem ser usadas como aconselhamento jurídico pois não podem cobrir todos os fatos e circunstâncias resultantes dos casos concretos que surjam no âmbito do desenvolvimento das atividades comerciais de cada empresa.

Recomenda-se, assim, que as empresas associadas garantam o cumprimento das regras de concorrência aplicáveis, que em caso de dúvida procurem aconselhamento jurídico e, se possível, introduzam Programas de *Compliance* em concorrência.

II. RELAÇÃO CONCORRENCIAL NO MERCADO GROSSISTA DE MATERIAL ELÉTRICO

As presentes Notas são desenvolvidas a partir do contexto de um mercado específico. Com efeito, e em síntese, na supra-referida apresentação realizada pelo Dr. Maxim Kleine, após a descrição da interação entre fabricantes e grossistas/distribuidores, conclui-se que atualmente fabricantes e grossistas, não obstante terem uma relação cliente/fornecedor, são também, frequentemente concorrentes no mercado onde atuam.

III - TROCA DE INFORMAÇÃO

III.1. Noção de informação comercialmente sensível

Entende-se por informação comercialmente sensível toda aquela que não seria normalmente divulgada entre empresas concorrentes, ou seja, as que atuam no mesmo nível da cadeia de produção ou de distribuição de certos produtos ou serviços e constituem um mercado independente, como é por exemplo o mercado de venda por grosso de material elétrico. Trata-se de informações que podem influenciar uma decisão ou estratégia comercial da empresa de material elétrico ou de um seu concorrente.

No decurso da sua atividade, as empresas no mercado de venda por grosso de material elétrico podem trocar informações através de diferentes canais, o que leva à redução da incerteza e aumento da transparência no mercado. Este aumento da transparência no mercado pode não só ter resultados positivos, de aumento da eficiência alocativa e produtiva, como também potenciar um efeito restritivo da concorrência se facilitar a coordenação entre empresas e permitir que estas tomem conhecimento das estratégias de mercado dos seus concorrentes.



III.2. Efeitos proconcorrenciais da troca de informação comercialmente sensível

- Mercado mais eficiente, propiciando ganhos de eficiência e resolução do problema das assimetrias de informação;
- Melhorias na eficiência interna das empresas, através de comparações com as melhores práticas dos seus concorrentes;
- Realização de economias por parte das empresas, reduzindo as suas existências, permitindo entregas mais rápidas de produtos ou resolvendo problemas de uma procura instável;
- Benefício direto para os consumidores, reduzindo os seus custos de pesquisa de produtos e melhorando as possibilidades de escolha;
- Melhor compreensão do mercado e da procura, possibilitando às empresas o desenvolvimento de estratégias de mercado mais eficientes e de melhores canais de distribuição;
- Facilitar a concorrência por parte de novos concorrentes;
- Melhorar a eficiência na gestão de stocks e na aquisição de matérias-primas, já que as empresas passam a ter melhor entendimento do comportamento da procura;
- Permitir que as empresas procedam a estudos de *benchmarking*, melhorando processos e reduzindo custos, entre outros.

III.3. Efeitos anticoncorrenciais da troca de informação comercialmente sensível

- Coordenação entre concorrentes: as consequências de um intercâmbio de informações na perspetiva da concorrência dependem das características do mercado (grau de concentração, a transparência, a estabilidade, a simetria, a complexidade, etc.), bem como do tipo de informações trocadas, as quais podem alterar o contexto do mercado de venda por grosso de material elétrico, tornando-o passível de coordenação;
- Pode constituir um acordo, uma prática concertada ou uma decisão de uma associação de empresas que tem por objeto, por exemplo, fixar preços ou quantidades;
- Facilitar o funcionamento de um cartel: ao permitir que as empresas verifiquem se os participantes cumprem as condições acordadas;
- Criação de um entendimento comum sobre as condições de coordenação: pode levar a um alinhamento do comportamento no mercado de venda por grosso de material elétrico;
- Permitir às empresas controlar os desvios, aumentando a estabilidade interna de um comportamento colusivo;
- Controlo de entrada de novos concorrentes e preparação de medidas corretivas, aumentando a estabilidade externa de um comportamento colusivo.



Em geral, a AdC e a Comissão Europeia presumem que o mero acesso à informação sensível de concorrentes já será suficiente para condicionar a estratégia futura da empresa e, portanto, lesar a concorrência.

IV. AS REGRAS NACIONAIS E DA UE DE CONCORRÊNCIA A OBSERVAR

O potencial restritivo da troca de informação comercialmente sensível deve ser observado à luz da conceção inerente às regras nacionais e europeias da concorrência, segundo as quais qualquer empresa que atue no mercado grossista de material elétrico deve determinar de maneira autónoma a política que pretende seguir no mercado e as condições que deseja praticar.

Embora esta autonomia não exclua o direito das empresas de material elétrico de se adaptarem inteligentemente ao comportamento conhecido ou previsto dos seus concorrentes, opõe-se estritamente quer a qualquer estabelecimento de contactos diretos ou indiretos entre estas empresas que tenha por objetivo ou efeito influenciar o comportamento no mercado de um concorrente (efetivo ou potencial), quer revelar a esse concorrente o comportamento que se decidiu adotar ou que se tenciona adotar no mercado, favorecendo assim a adoção de um comportamento colusivo.

A troca de informações só pode ser apreciada nos termos da Lei da Concorrência portuguesa e das regras de concorrência do Tratado do Funcionamento da União Europeia (TFUE) se constituir ou integrar um comportamento colusivo ou um abuso de posição dominante.

a) Comportamentos colusivos

Entende-se por comportamentos colusivos os acordos entre empresas (cartéis), as práticas concertadas e as decisões de associações de empresas.

- Os cartéis podem revelar-se através de:
 - (i) um acordo vertical: entre empresas em diferentes níveis da cadeia de produção ou de distribuição, como por exemplo, os acordos entre o produtor de um determinado bem e os seus distribuidores;
 - (ii) um acordo horizontal: entre empresas concorrentes, isto é, no mesmo nível da cadeia de produção ou de distribuição, como sejam os acordos entre produtores de dois bens concorrentes.

Estes acordos entre empresas visam a coordenação das suas ações no mercado, eliminando o risco e a incerteza inerentes à conduta autónoma de cada uma, substituindo-os por um entendimento de vontades e/ou um conluio de procedimentos. Abrange não só os contratos, mas também outros meios de entendimento informais e sem carácter vinculativo, estejam ou não em vigor.



Basta que expressem fielmente a vontade das empresas sobre o seu comportamento comum no mercado;

- Uma prática concertada corresponde a:

Uma forma de coordenação entre empresas que, sem ter sido levada ao ponto da realização de um acordo propriamente dito, substitui conscientemente os riscos da concorrência por uma cooperação prática entre elas (contactos entre as empresas, intercâmbio de informação comercialmente sensível);

- Uma decisão de uma associação de empresas corresponde a:

Atos formalmente unilaterais, da associação (a qual pode ser uma ordem profissional, cooperativas, associações patronais, etc.), mas que exprimem uma orientação e vontade institucionais que traduzem o entendimento dos associados. Pode ser considerada como decisão de associação de empresas qualquer manifestação que reflita a vontade de coordenação de comportamentos dos membros da associação no mercado (por ex., os estatutos da associação, decisões vinculativas, orientações não vinculativas, diretrizes, circulares, recomendações, etc.).

- Entre outras condutas é proibido:
 - Restringir os preços de revenda (preços fixos, preços mínimos), direta ou indiretamente (exceto preços máximos), devendo os grossistas/distribuidores ter total liberdade e autonomia para fixarem os respetivos preços de revenda;
 - Restringir a liberdade dos grossistas/distribuidores para procederem a vendas passivas, ou seja, estes não podem ser proibidos de vender fora de uma área geográfica definida no contrato, mesmo em resposta a encomendas espontâneas da parte de consumidores localizados fora do seu território contratual;
 - Trocar ou fornecer informação estratégica ou comercialmente sensível entre concorrentes, ou seja, no caso presente do material elétrico, entre fabricantes em concorrência com grossistas/distribuidores (vendas diretas).

b) Abuso de posição dominante:

Os Fornecedores estão proibidos pelas regras de concorrência de abusarem da respetiva posição dominante no mercado, caso exista, relativamente aos grossistas. Sendo o mercado de venda a grosso de material elétrico, na maioria dos mercados geográficos, dinâmico, atomístico e relativamente homogêneo, serão poucos os casos de empresas com posição dominante.

c) Condutas permitidas a Fornecedores e Grossistas

- **Fornecedores:**

Podem restringir os grossistas na sua liberdade de vendas ativas relativamente a determinadas regiões da UE se ambas as quotas de mercado (dos fornecedores e grossistas), não excederem 30% e todas as regiões da UE estiverem exclusivamente alocadas a determinados grossistas. Enquanto as vendas ativas podem ser restringidas em determinadas circunstâncias, as vendas passivas não podem, em regra, ser proibidas, pois correspondem à mera resposta de um distribuidor a um pedido espontâneo de fornecimento por parte de um cliente localizado fora do território contratual.

- **Grossistas:**

Podem trocar ou fornecer qualquer informação **NÃO** comercialmente sensível (histórica, pública e/ou consolidada, técnica, não concorrencial) sobre clientes relativamente aos quais tanto fornecedores e grossistas concorrem;

As empresas podem trocar informação comercialmente sensível **APENAS** no caso de existir uma justificação objetiva que o autorize (por exemplo, no caso de uma lei de controlo de exportação), ou no âmbito de uma isenção expressamente prevista num Regulamento da União Europeia para certas categorias de acordos.

V. CARACTERÍSTICAS DA TROCA DE INFORMAÇÃO COMERCIALMENTE SENSÍVEL

V. 1. Agregação dos dados

O intercâmbio de dados verdadeiramente agregados, ou seja, dados em que seja suficientemente difícil reconhecer as informações de cada empresa, têm muito menos probabilidades de originar efeitos restritivos da concorrência do que a troca de dados individualizados ao nível das empresas.

Em regra, o intercâmbio de dados agregados não é suscetível de originar efeitos restritivos de concorrência. Contrariamente, o intercâmbio de dados individualizados facilita um entendimento comum sobre o mercado e sobre as estratégias de ação.

V. 2. Antiguidade dos dados

Os dados históricos em regra não permitem a adoção de um comportamento colusivo, pois não são suscetíveis de fornecer uma indicação sobre o comportamento futuro dos concorrentes ou de promover um entendimento comum sobre o mercado. Além disso, é pouco provável que o intercâmbio de dados históricos facilite o controlo dos desvios, uma vez que quanto mais antigos forem os dados, menos úteis serão para detetar atempadamente esses desvios e, por conseguinte, para que exista uma ameaça credível de rápida retaliação.



As autoridades de concorrência sugerem a antiguidade de um (1) ano para a informação ser considerada histórica. Todavia, não existe um limiar pré-definido a partir do qual os dados passam a ser históricos, ou seja, suficientemente antigos para não suscitarem riscos de concorrência. A circunstância de os dados serem verdadeiramente históricos depende das características específicas do mercado de fabrico e comercialização de material elétrico e, em especial, da frequência das renegociações de preços no setor. Além disso, o limiar a partir do qual os dados passam a ser históricos depende também do tipo dos dados, do seu grau de agregação, da frequência do intercâmbio e da estabilidade e transparência

V. 3. Frequência do intercâmbio de informações

A troca de informação frequente facilita um melhor entendimento comum sobre o mercado e o controlo dos desvios e aumenta os riscos de adoção de um comportamento colusivo. Todavia, a frequência necessária de intercâmbio de dados para que o resultado colusivo seja facilitado depende igualmente da natureza, antiguidade e agregação dos mesmos.

V. 4. Informações de domínio público

Em geral, é pouco provável que o intercâmbio de informação de fonte verdadeiramente pública constitua uma infração às regras de concorrência (por exemplo, informações publicadas pelas entidades reguladoras).

Informações públicas são aquelas a que qualquer concorrente ou cliente pode ter acesso com a mesma facilidade (em termos do custo do acesso). Para que as informações sejam verdadeiramente públicas, a sua obtenção não deve ser mais onerosa para os compradores e empresas não participantes no sistema de intercâmbio do que para as empresas que nele participam.

VI. FORMAS DE INTERCÂMBIO DE INFORMAÇÃO COMERCIALMENTE SENSÍVEL

Formas comumente usadas para partilhar informação comercialmente sensível:

- Diretamente: a informação é partilhada entre as empresas concorrentes, por exemplo, através de correio, correio eletrónico, chamadas telefónicas, reuniões, divulgação de informação em página de Internet, etc.;
- Indiretamente: a informação é partilhada através de uma entidade comum (por exemplo, uma associação do setor);
- Através de terceiros: a informação é partilhada através, por exemplo, de uma organização de estudo de mercado, através dos Fornecedores da empresa ou ainda dos retalhistas.



Nota importante: se uma empresa receber informações estratégicas de um concorrente (quer seja numa reunião, por correio ou por via eletrónica, etc.) presume-se que aceitou essas informações e adaptou o seu comportamento de mercado em conformidade, a não ser que responda com uma declaração inequívoca de que não deseja receber tais informações.

VII. EXEMPLOS DE INFORMAÇÃO ESTRATÉGICA OU COMERCIALMENTE SENSÍVEL

São exemplos de informação comercialmente sensível os seguintes:

- dados de produção
- carteira de clientes,
- preços efetivos, descontos, aumentos, reduções ou abatimentos
- custos de produção,
- quantidades,
- volumes de negócios,
- vendas,
- capacidades,
- novos produtos
- entrada em novos mercados
- relações com outras empresas
- planos de marketing,
- riscos,
- investimentos,
- tecnologias,
- programas de I&D e respetivos resultados.

VIII. PADRÕES DE COMPORTAMENTO ADOTADOS PELOS FORNECEDORES

VIII. 1. Sistema de descontos

Na apresentação realizada pelo Dr. Maxim Kleine foram identificadas situações irregulares no mercado de venda por grosso de material elétrico relacionadas com a prática de descontos.

Naquela apresentação é referido que alguns fabricantes concedem descontos aos grossistas na condição de estes últimos fornecerem informação comercialmente sensível ou adotarem outro tipo de comportamento como contrapartida do desconto. Acresce a referência a alguns fabricantes que também estabelecem sistemas de *cash-back payments* junto dos seus clientes, em troca de estes lhes fornecerem informações estratégicas.

A repartição de mercados e/ou de clientes só poderá ser admissível jusconcorrencialmente no caso de o fornecedor ter um contrato de distribuição exclusiva com um ou mais grossistas que aloque a cada um deles uma determinada região ou clientela específica na UE, desde que nenhum deles tenha uma quota de mercado superior a 30%.



Em qualquer caso, a fixação de preços é totalmente proibida. Pelo contrário, a fixação de preços máximos é admissível.

VIII. 2. Informações solicitadas por fabricantes

Os fabricantes podem solicitar qualquer informação que não seja comercialmente sensível, ou que seja informação devidamente consolidada ou histórica.

Assim, a título de exemplo, a solicitação de informações sobre vendas territoriais pode ser admitida nos seguintes casos:

- a) Nos sistemas de distribuição exclusiva ao abrigo de um Regulamento de isenção (acima referido);
- b) Se o grossista, em cada solicitação feita pelo fabricante, fornecer informação agregada/consolidada relativa a pelo menos cinco, de preferência dez clientes.

Pelo contrário, **NÃO é admitido**:

- a) O grossista fornecer, em cada solicitação, informação relativa a menos de cinco clientes, ainda que consolidada;
- b) A solicitação de informações estratégicas ou comercialmente sensíveis;
- c) No caso de relações verticais (fornecedor - revendedor), a troca de informações sobre preços não pode ser usada para impor um preço fixo de revenda ao grossista. Por outro lado, os relatórios sobre clientes não podem ser usados para proibir o comércio paralelo;
- d) Em geral, fabricantes e grossistas que concorrem pelos mesmos clientes não devem acordar sobre condições que irão oferecer aos clientes ou alocar clientes;
- e) Devem também ser acauteladas as restrições relativas à legislação sobre proteção de dados, caso em que o nome ou morada de clientes que sejam pessoas singulares não poderão ser fornecidos.

VIII. 3. Sistemas *Cash Back*

Ainda de acordo com a apresentação do Dr. Maxim Kleine, existem informações regularmente solicitadas aos seus clientes por fabricantes num contexto de *cash back system*:

- a) É compatível com as regras de concorrência a solicitação de informação que não seja comercialmente sensível ou que esteja devidamente consolidada (por exemplo: quantidades de pedidos em geral) - desde que não permita uma visão geral dos preços praticados no mercado;
- b) É proibida a solicitação de faturas, caso estas contenham o preço de venda e o nome do grossista e / ou cliente, ou informações confidenciais estratégicas - que levem a uma visão geral sobre preços de venda no mercado.



VIII. 4. Iniciativas dos fabricantes para controlarem o fornecimento de Projetos

De uma forma sintética, foi exposto pelo Dr. Maxim Kleine o seguinte:

- Nos casos em que o grossista mantém uma posição meramente passiva, atuando apenas como um armazém relativamente ao fabricante, é geralmente permitido ao fabricante negociar o preço do projeto e outras condições, bem como solicitar informações sobre o cliente e a Obra em causa.
- Nos casos em que o grossista tem uma posição ativa, incluindo a negociação do preço, o fabricante apenas pode solicitar informações (designadamente o nome do Dono da Obra) se houver uma razão objetiva para tal (por exemplo, reputação) e não estar em causa uma prática levada a cabo pelo fabricante com carácter de regularidade.

Relativamente à prática de descontos, as ideias chave a reter são as seguintes:

- É proibido o fornecimento de informação comercialmente sensível ou qualquer outro comportamento que restrinja a concorrência solicitado como contrapartida da aplicação de descontos.
- Os produtos devem ser fornecidos independentemente de a informação comercialmente sensível não ser fornecida. As condições comerciais relativas a descontos concedidas como contrapartida pelo fornecimento de informações estratégicas, ou qualquer outro comportamento que viole as regras da concorrência, devem continuar a ser concedidas mesmo no caso de aquela informação comercialmente sensível (cuja transmissão está proibida por lei) não ser veiculada.

IX. CONSEQUÊNCIAS PARA AS EMPRESAS POR TROCA DE INFORMAÇÃO COMERCIALMENTE SENSÍVEL

Em caso de decisão condenatória, entre as várias sanções que podem ser aplicadas pelas autoridades administrativas ou judiciais destacam-se as seguintes:

- Coimas: As infrações às regras de concorrência previstas na Lei da Concorrência portuguesa e no direito da União Europeia constituem contraordenação punível com coima que pode ir, no caso de pessoas coletivas, até 10% do seu volume de negócios e, no caso de pessoas singulares, até 10% da respetiva remuneração anual auferida pelo exercício das suas funções na empresa infratora (existem países onde podem ser aplicadas sanções penais);
- Outras sanções acessórias:
 - Publicação no Diário da República e num dos jornais de maior circulação nacional, regional ou local, de extrato da decisão de condenação;



- Privação do direito de participar em procedimentos de formação de contratos (contratação pública) cujo objeto abranja prestações típicas dos contratos de empreitada, de concessão de obras públicas, de concessão de serviços públicos, de locação ou aquisição de bens móveis ou de aquisição de serviços ou ainda em procedimentos destinados à atribuição de licenças ou alvarás, até dois anos.

Não é despidendo acrescentar:

- Danos reputacionais;
- Custos envolvidos nos processos contraordenacionais e judiciais;
- Possibilidade de indemnizações cíveis por violação do direito da concorrência;
- Cadastro e gravidade do comportamento em caso de reincidência.

X. DECISÕES CONDENATÓRIAS DA ADC

A título ilustrativo das consequências concretas que a troca de informações estratégicas pode trazer para as empresas, apresentam-se sinteticamente as coimas aplicadas pela AdC em algumas decisões condenatórias com base na troca de informação comercialmente sensível:

- 2008: AdC/ Associação dos Industriais de Panificação de Lisboa (AIPL): €1.200.000
- 2011: AdC / Conforlimpa e outros: €62.620,90.
- 2012: AdC / Eurest e outros: cerca de €7.600.000
- 2019: AdC / Banca: €225.000.000

XI. SÍNTESE

A Tabela seguinte apresenta exemplos de tipos de informação comercialmente sensível e tipos de informação classificada como comercialmente não sensível.

Troca de informação CONTRÁRIA às regras da concorrência	Troca de informação COMPATÍVEL com as regras da concorrência
X Informação sobre preços e custos – incluindo, por exemplo, qualquer elemento sobre preço como descontos, aumentos, condições de pagamento, margens de lucro.	✓ Troca de informação técnica ou informação não estratégica necessária para o desenvolvimento de melhores práticas
X Informação sobre quantidades, por exemplo quantidades produzidas e vendidas, capacidade de produção, quotas de mercado, clientes, territórios.	✓ Discussão aberta sobre questões de saúde e segurança ou de propostas relevantes de alteração legislativa em matéria de equipamento elétrico, desde que os detalhes não se relacionem com qualquer estratégia individual
X Dados individualizados, isto é, dados que identifiquem um concorrente específico ou uma transação específica	✓ Troca de informação sobre tendências gerais da indústria ou dados históricos, agregados: um conjunto de dados relativo a várias empresas deve ser agregado por uma entidade independente.
X Informação, recente ou futura, sobre qualquer relação comercial e acordos, nomeadamente, planos de investimento, quotas de mercado ou programas de incentivo.	✓ Dados coligidos de forma independente - os dados coligidos devem ser trabalhados antes de publicitados para garantir apenas uma visão geral do mercado de fabrico e comercialização de produtos elétricos e tendências do mercado, sem nunca identificar dados individuais das empresas do setor.
X Dados, atuais ou recentes, que possam permitir o conhecimento sobre a estratégia de marketing, designadamente, quotas de mercado, estratégia de mercado ou lançamento de novos produtos	✓ Dados históricos - em geral informação com mais de 1 ano
X Qualquer outra informação confidencial ou comercialmente sensível que uma empresa não teria normalmente tornado pública uma vez que daria aos seus concorrentes conhecimento sobre a sua estratégia de mercado	✓ Informação acessível ao público, ou seja, informação do domínio público.



XII. NOTA FINAL

É muito importante, pelo acima exposto, que as empresas do mercado da venda por grosso de material elétrico conheçam as regras aplicáveis nesta matéria e o risco inerente, conhecendo as noções básicas de *compliance* à luz do Direito da Concorrência, nomeadamente em matérias como a troca de informações estratégicas ou comercialmente sensíveis.

O objetivo destas Notas é o de fornecer informações gerais de natureza legal, as quais se baseiam na própria legislação, e nas decisões das autoridades administrativas e judiciais. Não contém uma análise completa da lei, nem, naturalmente de casos particulares. Em caso de dúvida, deverá ser solicitado aconselhamento jurídico específico sobre qualquer assunto em particular que lhe diga respeito.

Em face do exposto, recomenda-se a implementação de Programas de *Compliance* em concorrência.

Fevereiro de 2020