

CONCORRÊNCIA, O CADE E SEUS PRINCIPAIS DESAFIOS

Josiane Machado De Souza

Graduanda em Direito,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Gisleia Fernandes De Sena

Advogada; Mestre – UNIVEM;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

RESUMO

A concorrência desleal acontece de fato, a partir do momento em que o empresário ou produtor utiliza-se de meios ilícitos para obter vantagens sobre o concorrente, prejudicando-o, pouco importando para ele as consequências negativas que causará, não só ao concorrente, como para o consumidor final. O concorrente desleal visa lucros, vantagem e clientela alheia, busca facilidades por meios ilegais, prejudicando assim a ordem econômica e a livre concorrência. Este artigo busca esclarecer alguns meios utilizados que são mais frequentes no que se refere a concorrência desleal, e as maneiras que são usados esses ilícitos.

PALAVRAS-CHAVE: cliente; vantagem; ilícito; concorrente.

1 INTRODUÇÃO

Segundo as normas brasileiras é empresário todo aquele que circula bens ou presta serviços que são indispensáveis à vida, a partir de quatro fatores: capital, mão-de-obra, insumos e tecnologia, que seja de maneira habitual e organizada, visando lucro e não necessariamente tendo lucros.

Contudo, o Brasil, a partir do Código Civil, em seu artigo 966 adotou a teoria da empresa considerando assim, empresário, todo aquele que possui profissionalidade, habitualidade dentre os mais variados segmentos, exceto aqueles que não se encaixam no perfil de empresário que são os que exercem atividade intelectual, artística ou literária e os que não possuem habitualidade, pessoalidade e profissionalidade.

Hoje com nossa economia não é fácil aliar preços competitivos e qualidade.

O empresário que se sujeita ao mercado deve ter experiência e habitualidade para lidar com as variações do segmento que atua, pois pode o cliente não ser atraído pelo produto, ou bens e serviços oferecidos, ou a empresa pode não se manter diante de tantos percalços, inclusive a concorrência desleal.

Portanto, há a necessidade do empresário estar atento as regras estabelecidas no mercado e principalmente em seu segmento, para facilitar o entendimento das mudanças das normas, regras e leis. Mais que estar atento para melhor controlar seu negócio, o empresário deve preocupar-se moralmente com a concorrência, pois sendo um concorrente leal ele estabelece respeito e bom senso para com o concorrente, se estabelece legalmente no mercado e visa lucro com honestidade.

Já o concorrente desleal busca viabilizar para si, ou para outrem, vantagens por meios ilícitos, para se beneficiar com vendas, agilidades em bens ou serviços.

Há a necessidade de que o mercado flua autorregulado para que a economia fique estabilizada, por que com a concorrência desleal o mercado fica estagnado, dificultando assim a livre circulação de produtos, bens ou serviços.

Para que haja punição para a prática de concorrência desleal, há um órgão que fiscaliza estes abusos, o CADE¹ que vem para organizar e viabilizar uma concorrência justa, um justo equilíbrio para os empresários, mas não é somente o empresário que é beneficiado com esta fiscalização e equilíbrio, o consumidor final também garante seu direito de ter produtos ou serviços de qualidade e bom preço.

2 LIVRE CONCORRÊNCIA NO BRASIL

O direito a livre iniciativa é constitucional no Brasil, conforme artigo 170, IV da LPI- artigo este que não só estimula como aprova essa livre concorrência, estabelecendo parâmetros para que se tenha um mercado mais competitivo e com isso evitar monopólios.

Com esta liberdade de concorrência e de iniciativa, uma vez garantida em nossa Constituição Federal, dá aos empresários meios lícitos para que se conquistem clientes com métodos legais, e que levem ao consumidor produtos e serviços que realmente estabeleçam benefícios aos mesmos sem a preocupação de lesar qualquer pessoa que seja, pois caso isso aconteça, temos no Brasil o órgão

¹ O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) é uma autarquia federal brasileira, vinculada ao Ministério da Justiça, que tem como objetivo orientar, fiscalizar, prevenir e apurar abusos do poder econômico, exercendo papel tutelar da prevenção e repressão do mesmo. O CADE tem o papel de julgar sobre matéria concorrencial os processos encaminhados pela Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e a Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda. Desempenha os papéis preventivo, repressivo e educativo, dentro do mercado brasileiro.

que fiscaliza e regula as práticas de concorrências, proporcionando fontes econômicas seguras e lícitas o CADE. Sobre este órgão falaremos mais à frente.

Preocupa-se caso esta concorrência se torne abusiva e ilegal acarretando assim uma concorrência desleal.

Uma vez que as atividades econômicas são praticadas dentro da razoabilidade e conforme as expectativas esperadas, não ficam à mercê do Estado e de sua fiscalização de modo repressivo, pois o Estado somente age mediante excessos por parte de empresas privadas, dando assim liberdade ao empresário de ter o seu espaço, mas tendo em si algumas limitações.

A concorrência é algo natural e que sempre existiu em situações de mercado, pois há a necessidade que um empresário, comerciante busque lucrar utilizando vários métodos para chamar a atenção de seus clientes, além de usar produtos e serviços e mostrar qualidades para que se obtenha maior lucratividade.

Ele pode utilizar variadas técnicas de convencimento, desde que sejam legais e em coerência com que o mercado exige.

Segundo Dênis Barbosa: “competição agressiva, mas leal, entre os agentes econômicos é o pressuposto da utilidade social da concorrência” (BARBOSA, 2003, p. 271).

Não se deve denegrir a imagem do concorrente, fazer confusão, causar mal-estar entre os concorrentes, acusar falsamente origens, qualidades de produtos de outrem. Um bom comerciante, empresário deve fazer seu próprio nome e mostrar os pontos positivos de seus produtos, falando da qualidade que eles possuem, ou que são melhores do que os produtos de outro concorrente, mas desde que seja uma afirmação verdadeira. Não deve beneficiar-se denegrindo a imagem de outro, nem mesmo menosprezar os produtos ou serviços oferecidos pelo concorrente.

Devem-se estimular suas vendas com propostas interessantes, descontos, situações favoráveis aos clientes, utilizar de formas e maneiras inteligentes para não só atrair novos clientes, mas também cativar com fidelidade os clientes mais assíduos.

3 CONCEITO PARA SE ESTABELECEER A CONCORRÊNCIA

Grande maioria dos empresários não consegue discernir com certeza quando há de fato a concorrência desleal.

Não há concorrência, quando um cliente deixa de comprar em uma determinada loja e passa a comprar em outra, certamente algo faltou para que este cliente procurasse outra loja, nem tampouco pode haver concorrência desleal quando uma pessoa tem uma ideia de abrir um negócio que já existe, em localidades distintas. Nesses casos não há concorrência desleal.

Existem critérios que definem a existência de uma concorrência.

Atualidade – devem atuar ao mesmo tempo no mercado. Se ambos os empresários têm grande potencial, neste caso não há concorrência desleal, pois ambos têm condições de crescer mais e se destacar fortemente no mercado. Nem mesmo concorrência entre um empresário já estabelecido no mercado e outro que ainda buscará seu estabelecimento no mercado, somente se o mesmo já tiver engajado alguns investimentos de fato concretos para que este negócio se estabeleça.

Há a necessidade de que os concorrentes atuem nas mesmas áreas ou em áreas afins para que haja concorrência. Neste caso, os produtos ou serviços devem ser compatíveis, o modo de abordagem do cliente entre as empresas tendem a ser a mesma, com o mesmo tipo de clientela.

Há a concorrência na busca de satisfazer certas necessidades do ser humano, não necessariamente que sejam diretas, podem ser indiretamente também.

Deve-se ocorrer no mesmo espaço, geograficamente falando. Deve acontecer no mesmo espaço geográfico, comum a ambos os concorrentes.

Não se deve proibir, qualquer pessoa de abrir um negócio semelhante ao seu em outra região. Talvez haja vontade de abrir uma filial, por exemplo, em outro lugar do Brasil, mas não tendo condições financeiras não se pode impedir que outro abra um negócio naquele determinado lugar do país, mesmo que com segmento e semelhanças do teu negócio.

4 CONCORRÊNCIA DESLEAL

Fabio Ulhoa Coelho² descreve em seu livro, Manual de Direito Comercial, que:

²O Curso de Direito Comercial, de Fábio Ulhoa Coelho, Professor Titular da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), a obra conta com o recurso dos subtextos, que destaca os aspectos centrais dos assuntos abordados. É instrumento de diversos usos: quando lidos antes do

A jurisprudência brasileira sobre o tema teve início com uma célebre pendência judicial entre a Companhia Nacional de Tecidos de Juta e Antonio Álvares Penteado, em que tiveram atuação profissional grandes nomes do direito nacional e estrangeiro, como Rui Barbosa, Carvalho de Mendonça, Vivante e Planiol. A questão era a seguinte: o Conde Álvares Penteado constituiu a Companhia de Tecidos de Juta, transferindo-lhe o estabelecimento empresarial de que era titular (a Fábrica Sant'Anna), e em seguida alienou todas as suas ações nesta sociedade. Algum tempo depois, restabeleceu-se na mesma praça, constituindo uma sociedade concorrente (a Companhia Paulista de Aniagem). O instrumento da alienação era omissivo quanto à possibilidade de restabelecimento do alienante, e a Companhia Nacional de Tecidos de Juta defendia a tese de que a cláusula de não restabelecimento seria implícita em avenças desta natureza. Esta tese, que hoje é dominante na jurisprudência e na doutrina, não logrou, naquela oportunidade, sagrar-se vencedora (...) desde a entrada em vigor do Código Civil, na omissão do contrato, o alienante de estabelecimento empresarial não pode restabelecer-se na mesma praça, concorrendo com o adquirente, no prazo de 05 anos seguintes ao negócio, sob pena de ser obrigado a cessar suas atividades e indenizar este último pelos danos provenientes de desvio eficaz de clientela sobrevivendo durante o período do restabelecimento (art. 1.147). É hipótese de concorrência desleal cuja repressão tem base contratual (COELHO, 2011, p. 49-50).

Mesmo que haja a desconfiança da existência da concorrência desleal, isto não basta, faz-se necessário que se prove tal existência.

Contudo, considera-se a concorrência como ato saudável entre empresas e empresários, levando assim os mesmos a conquistar os clientes com criatividade e bons preços, melhorando a vida dos consumidores com facilidades de pagamentos e promoções que sempre visam chamar a clientela para um papel fundamental na sociedade, a escolha, o livre convencimento, e o livre arbítrio de ir e vir.

Todavia, deve-se lembrar de que são reprimidos todos os abusos praticados dentro dessa concorrência, para que não venha prejudicar a ordem e a defesa econômica no que tange ao direito comercial e empresarial.

Falar de concorrência desleal não é dizer que desleal é desonesto, não se trata de postura moralmente reprovável.

Alguns atos das concorrências são legais conforme cada regra do mercado em que se atua, usa-se um parâmetro fático.

estudo do capítulo, antecipam os tópicos mais relevantes; se a leitura é feita durante o estudo, facilitam a compreensão dos pontos nucleares; servem ainda para a recapitulação da matéria. (...) trabalha desde a construção do direito comercial, os princípios, atividade do empresário, estabelecimento empresarial, atividade empresarial e o uso da publicidade, bem como a propriedade industrial, a concorrência e, por fim, títulos de crédito.

A concorrência desleal é um ato contrário do que busca o mercado, fere a livre concorrência e a liberdade do espaço adquirido pelo lesado.

Pode se dizer que uma ação pode ter prejudicado um concorrente, mas que pode ter sido leal, pois sempre é usado em determinado segmento de mercado, devem ser observadas as regras deste mercado competitivo, não podendo o concorrente atuar de maneira oposta ao estabelecido no mercado, pois assim concorrerá deslealmente.

É necessário que o competidor avalie o campo de trabalho ao qual esta se submetendo e as manobras já utilizadas por seus concorrentes, para que assim utilize das maneiras cabíveis dentro do mercado, levando em consideração que as regras uma vez estabelecidas não se podem mudar ao acaso, prejudicando concorrentes desavisados. As regras existem para ser cumprido, mudar no meio de um jogo tais regras se torna desleais àqueles que a praticam.

A concorrência desleal é fato, e está descrita no artigo 195 da LPI, conforme abaixo.

Artigo 195- comete crime de concorrência desleal quem:

- I- Publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem;
- II- Presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa afirmação, com o fim de obter vantagem;
- III- Emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;
- IV- Usa expressão ou sinal de propaganda alheia, ou os imita, de modo a produtos ou estabelecimentos;
- V- Usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências;
- VI- Substitui, pelo próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento;
- VII- Atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve;
- VIII- Vende ou, expõe ou oferece a venda, em recipiente ou involucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave;
- IX- Dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem;
- X- Recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador;
- XI- Divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que seja evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato;

XII- Divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude;

XIII- Ou vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto d

XIV- E patente depositada ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial. Como depositado ou patenteado, ou registrado, sem o ser;

XV- Divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos.

Pena- detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

§1º Inclui se nas hipóteses a que se referem os incisos XI e XII o empregador, sócio ou administrador da empresa, que incorrer nas tipificações estabelecidas nos mencionados dispositivos.

§2º O disposto no inciso XIV não se aplica quanto a divulgação por órgão governamental competente para autorizar a comercialização de produto, quando necessário para proteger o público.

Para Miranda (1983, p.316) “no que diz respeito a concorrência desleal, é oposto a direito tudo que se imita ou reproduz, que venha trazer confusão, pois somente há confusão quando não se distingue determinadas ações”.

Já Brito Filomeno reitera que:

A defesa do consumidor são as leis que não se concorrem, pois o consumir é o fim de todo um trabalho, de tudo que é designado ao mercado. Há esta necessidade de regular as relações dentro do mercado, entre empresários, para que o consumidor final não se depare com confusões devido a esta pratica de concorrência desleal (FILOMENO, 2000, p. 86).

5 COMPETIÇÃO JUSTA

Para que se tenha uma economia sustentável e que dê suporte aos empresários, faz necessário um rol de iniciativas, uma delas é a competição justa.

O empresário tem que ter o discernimento de competir de modo igualitário sem prejudicar outrem e suas atividades comerciais.

Segundo Vicente Bagnoli³:

³ O estudo do Direito Econômico se revela uma necessidade para se compreender o Direito do Séc. XXI. Aquele que vive o Direito não se limita mais às questões estritamente legais. O conhecimento interdisciplinar das matérias jurídicas e a interface com as Ciências Sociais e, sobretudo, Econômicas exigem a noção de conjunto, pois só assim o profissional do Direito estará atento e apto a atuar na realidade jurídico-econômica que interfere diretamente no cotidiano de pessoas e Estados. BAGNOLI, Vicente. *Introdução do direito da concorrência*. São Paulo: Singular, 2005.

Esse modelo de mercado, que se diz ideal, mas utópico de ser atingido em sua plenitude, notabilizar-se-ia pela sua perfeita competitividade dada à existência alta e equivalente de produtores e compradores, todos pequenos em relação ao todo e com isso incapazes de influenciar o preço de produtos ou serviços e a atuação de outros competidores com suas decisões individuais. Uma empresa nesta condição jamais poderia elevar seus preços ou reduzi-los demasiadamente, caso contrário perderia participação de mercado, já que seus compradores procurariam outro fornecedor, ou os custos de produção implicariam em prejuízos certos (BAGNOLI, 2005, p.143).

É preciso ter uma concorrência justa, que nada mais é que o justo equilíbrio de valores, para que o comerciante ou produtor tenha seu lucro garantido, mas sem prejudicar o comprador.

A concorrência perfeita é aquela que pouco importa se é no concorrente A ou no concorrente B que vai se comprar o produto, desde que se compre em ambos produtos de qualidade e com preço justo. A concorrência é um fator bom, faz uma auto regulação no mercado de modo geral.

Marcos Elidius Michelli de Almeida assim ressalva em relação à importância de existir concorrência:

“um pressuposto que se deve firmar antes mesmo de qualquer outra ponderação sobre o tema, e que a concorrência é salutar, bem como é protegida pelo ordenamento jurídico brasileiro, e visa com isso o benefício do direito do consumidor. O que não se pode admitir, é, em favor dessa livre concorrência, utilizar-se de meios fraudulentos e desleais, em detrimento daqueles que efetivamente detêm um direito, **(privilégio)**” (grifo dos autores) (DE ALMEIDA, 2004, p. 125).

Quando imperfeita essa concorrência leva a práticas que lesam tanto os concorrentes, quanto o mercado de modo geral. É conhecido juridicamente como abuso de poder econômico e concorrência desleal, lembrando que são protegidas pela Constituição Federal e reguladas em leis infraconstitucionais.

Não se deve ter limitações ardilosas no que se refere a concorrência, uma vez que a mesma é livre em nosso país e que dá direito de qualquer pessoa entrar no mercado sem que seja impedido, exceto pelo meio legal, caso se tenha algo que impeça o indivíduo de atuar no comércio ou empresa.

É fundamental para o crescimento do mercado econômico, que seja implementado alguns mecanismos que garantam essa efetiva competição, tanto por um valor justo, quanto pela qualidade do que é exposto ao consumidor.

6 FALSA ALEGAÇÃO DE DIREITO DE EXCLUSIVA.

Dentre muitos conceitos iremos retratar neste artigo, de uma alegação peculiar e muito utilizada entre os empresários, que muitas vezes desconhece ou não estejam cientes que suas ações prejudicam ou num futuro breve prejudicarão seus concorrentes.

Tal prática é a alegação falsa de direito de exclusiva, tal prática é descrita no artigo 195, XIII da LPI, e se qualifica como crime de concorrência desleal, onde afirma que acontece o crime de concorrência desleal quando: XIII- “se vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto de patente depositada, ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial, como depositado ou patenteado, ou registrado, sem ser”.

Hoje esta pratica é muito comum, grande parte por desconhecimento da lei e de suas regras e normas, mas também ocorre por má fé do concorrente em tirar vantagem em determinadas situações. Deixemos claro que mesmo no desconhecimento da lei, não deixa de ser crime tal atoe deve ser julgado por Tribunal competente.

No Brasil, não é raro observar os comerciantes colocando uma patente em seus produtos, dizendo ser sua quando na verdade o que ela tem é apenas um pedido, requerimento de tal patente.

Assim também como é comum ver comerciantes se intitular de determinado desenho indústria, sem ter tido a preocupação de patentear, por certo desconhecimento das regras do mercado e das normas e leis vigentes em seu segmento, ou até mesmo alegar um direito de exclusividade que já se perdeu no tempo.

Tudo dito anteriormente são práticas realizadas de forma intencional ou não, mas que não deixa de ser crime, e cabe julgamento conforme a infração cometida.

Com essas práticas os concorrentes tem receio de praticarem uma violação tanto da propriedade intelectual quando de propriedade industrial, pois sentem medo de utilizar um produto pelo “direito de exclusiva” que na verdade não existe.

Mas, não é somente o concorrente que é afetado diretamente com esse problema, os consumidores também são levados a erro, acreditando naquele

concorrente desleal que os convence da qualidade de seus produtos e deixam de adquirir produtos de outra empresa ou comercio lesando assim o competidor leal que segue as normas e regras do mercado.

Esse concorrente desleal deve ser punido com o rigor da lei, pela pratica desse crime.

Essa tipificação é vista no Direito Brasileiro como uma grande inovação, apesar do Decreto 7903- 45, por ter existido norma parecida onde coloca falsa indicação de privilegiado, quando a pratica a ser punida consistia na menção patenteada da indústria, sem ser ou tendo sido no momento desta menção, a extinção desta patente em razão do tempo, ou ter sido anulada ou perdida por prazo.

O artigo 195 da LPI, afirma que aquele que diz ter direito de exclusiva, quando na verdade não o tem também comete crime, conforme o inciso II deste mesmo artigo, onde descreve: “presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação com o fim de obter vantagem,” também no inciso III referente ao mesmo artigo que descreve como crime de concorrência desleal aquele que: “emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio clientela de outrem.”

Para esses crimes são previstas penas de detenção que vão de 3 (três) meses há 1 (um) ano ou multa, de acordo com o mesmo artigo em questão. São penas de ação penal privada e que se procede somente com a queixa do ofendido, artigo 199 da LPI.

Permite-se ao ofendido, artigo 207 da LPI, no caso o concorrente lesado impetrar uma ação civil, para reparar os danos e as perdas causados por este impasse, amparados pelos artigos 186 e 927 do código civil vigente.

Portanto pode-se ingressar com duas ações distintas para reaver todos os danos causados pelo concorrente desleal, uma ação civil conforme o artigo 935 do próprio código civil e também uma ação penal.

7 FUNÇÃO DO CADE E SUA ATUAÇÃO

O CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) atua tanto de maneira preventiva quanto repressiva no que tange a concorrência desleal. Na atuação preventiva trata de atos de concentração, conforme artigo 54 §3º e na repressiva nos atos ilícitos e desleais.

Esse órgão judicante é uma autarquia Federal, que é vinculada ao ministério da justiça, conforme lei 8.884 de 11 de junho de 1994 e exerce hoje em todo território nacional, dadas funções pela lei nº 12.529-2011.

O objetivo principal deste órgão (CADE) é organizar, viabilizar a todos os empresários a livre concorrência e investigar as deslealdades ocorridas no âmbito comercial, como também incentivar a concorrência saudável.

A prevenção de abusos de poder no âmbito econômico se faz necessário para estabelecer regras entre as empresas, assim o CADE age como um tutelador para prevenir ou reprimir estes abusos, para que o consumidor final não venha ser prejudicado.

O CADE age com base nos princípios constitucionais como, por exemplo, a liberdade de iniciativa, defesa da concorrência, a livre concorrência, defesa da concorrência, função social da propriedade a repressão ao abuso do poder econômico.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao avaliarmos os estudos neste artigo feito, observamos que a concorrência é necessária, para que não haja uma monopolização do nosso mercado e que isso positivamente alavanca nossa economia e nos dá espaço para maiores faturamentos.

Porém, no mercado existem empresários que tem ânsia em ganhar mais dinheiro, buscar mais clientes, desde que seja leal no que se propõe, não há problema, mas a partir do momento em que excede os limites do mercado, ferindo a moral e a boa fé, passa a ser um problema dentro do âmbito comercial, atuando assim deslealmente em detrimento ao concorrente.

Para que se mantenha a ordem, os princípios e efetivamente as garantias previstas na Constituição Federal é que a lei deve reprimir atos de deslealdade e meios ilícitos que venham prejudicar a sociedade de modo geral.

No entanto, a prevenção, assim como a repressão é feita pelo nosso órgão judicante, o CADE, que tem a função de fiscalizar e reprimir excessos, fazendo com que o cliente consumidor não seja prejudicado ou levado a erro pelo concorrente que age consciente ou não da deslealdade e dos prejuízos que possa causar.

É sabido que, muitas vezes o concorrente desleal, age inconsciente do que esta fazendo e do que a lei dispõe, contudo não se pode deixar de punir quem pratica a concorrência desleal, pelo descuro ou pelo não saber, pois é obrigação do empresário que esteja ciente do que a lei estabelece.

Este órgão judicante tem tamanha importância no cenário comercial do país, pois traz segurança aos empresários e permitem um espaço de trabalho para que os mesmos possam exercer suas funções dentro do mercado livremente e concorram entre si, dentro das regras estabelecidas em cada segmento, age assim de modo preventivo.

O CADE age repressivamente aos excessos dos empresários, quanto as deslealdades, falsas afirmações, concorrência injusta, conforme dito anteriormente estando o empresário consciente ou não dos danos praticados por ele, além de demais problemas causados com a concorrência desleal.

Agir deslealmente leva o mercado a adquirir uma série de problemas, que pode causar queda nas vendas, no faturamento e sucessivamente a inadimplência, pois o consumidor será lesado no seu direito de escolha, da busca por produtos e serviços de melhor qualidade, que mais lhes agrade, em função de uma informação errônea, falsa ou pretenciosa daquele que pratica a concorrência desleal.

É preciso que os empresários tenham consciência, da necessidade que o nosso mercado têm de se ter uma economia justa e equilibrada, pois o comércio tem grande responsabilidade no controle e manutenção da economia interna do país. O empresário precisa trazer para si, a responsabilidade de ser moralmente respeitado, por agir corretamente e dentro dos princípios legais pela constituição estabelecidos, que dá aos mesmos, liberdade em suas escolhas. Assim como também devem ser livres os consumidores, para escolherem o que lhes convém, sem que haja crimes nortearando suas compras.

A própria Constituição Federal estabelece em seu Artigo 5º, inciso II, onde diz que ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa, senão em virtude de lei. Então que se faça valer a lei, respeitando-a, para que se tenha um mercado amplo e competitivo para todos.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Dênis Borges. Uma Introdução à prosperidade intelectual. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2 ed., 2003.

BAGNOLI, Vicente. Introdução do direito da concorrência. São Paulo: Singular, 2005.

CADE. Conselho Administrativo de Defesa Econômica.

FILOMENO, José Geraldo Brito e outros. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado. RJ: Forense, 2000.

DE Almeida, marcus Elidius Michelli. Propriedade Industrial frente à concorrência Desleal. In: SIMÃO FILHO, Adalberto; DE LUCCA, Newton (Coord.). Direito Empresarial Contemporâneo. 2. Ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004.

MIRANDA, Pontes de. Tratado de direito privado. Tomo XVII. Propriedade intelectual, Propriedade industrial. São Paulo: RJ, 4ª ed., 1983, p. 316.

COELHO, Fabio Ulhoa. Manual de Direito Comercial: direito de empresa, 23 Ed- São Paulo: Saraiva, 2011.