



**Ministério da Justiça e Segurança Pública - MJSP**  
**Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE**

SEPN 515, Conjunto D, Lote 4, Edifício Carlos Taurisano, - Bairro Asa Norte, Brasília/DF, CEP 70770-504  
Telefone: (61) 3221-8445 - [www.gov.br/cade](http://www.gov.br/cade)

**NOTA TÉCNICA Nº 53/2026/CGAA11/SGA1/SG/CADE**

**Inquérito Administrativo nº 08700.008408/2025-19**

**Representante:** Keeta Delivery Brazil LTDA

**Advogados:** Francisco Ribeiro Todorov, Lorena Leite Nisiyama e Matheus Mendes Nasaret

**Representadas:** 99 Food LTDA

**Advogados:** Caio Mário da Silva Pereira Neto, Ricardo Ferreira Pastore, Schermann Chrystie Miranda e Silva e Outros.

**EMENTA:** Inquérito Administrativo para Apuração de Infrações à Ordem Econômica. Representante: Keeta Delivery Brazil LTDA. Representada: 99 Food LTDA. Supostas práticas de abuso de posição dominante no mercado de serviços de intermediação de pedidos *online* de comida. Conduta passível de enquadramento como ilícito previsto nos incisos I, II e IV do *caput* do art. 36, c/c incisos III, IV, V e X do §3º do mesmo artigo da Lei nº 12.529/11. Arquivamento de Inquérito Administrativo nos termos do art. 66, §4º, da Lei nº 12.529/2011.

**VERSÃO PÚBLICA**

**Sumário**

**I. RELATÓRIO**

**II. MERCADO RELEVANTE**

**II.1 Considerações iniciais**

**II.2 Definição de mercado relevante**

**II.3 Conclusão sobre Mercado Relevante**

**III. ESTRUTURA DE OFERTA**

**IV. ANÁLISE**

## V. CONCLUSÕES

### I. RELATÓRIO

1. Trata-se de Inquérito Administrativo (“IA”), instaurado em 31.03.2026, por meio do Despacho SG nº 06/2026[1], após o recebimento de Representação[2] formulada por Keeta Delivery Brazil LTDA. (doravante apenas “Keeta” ou “Representante”), em desfavor de 99 Food LTDA. (doravante apenas “99Food” ou “Representada”), pela suposta prática de abuso de posição dominante no mercado de *marketplaces* de *delivery* de comida.

2. Segundo a Representante[3] “a 99Food está proibindo restaurantes parceiros de firmar contratos com Keeta e Rappi por meio de incentivos financeiros”, de forma que “os concorrentes indicados nominalmente nos contratos correm sério risco de não conseguir estabelecer uma rede suficiente de restaurantes cadastrados para se estabelecerem no mercado”.

3. Especificamente, narra que a Representada teria firmado contratos com diversos restaurantes em que constam “cláusulas de banimento”, as quais proíbem o restaurante parceiro da 99Food de “celebrar qualquer tipo de relação comercial a Keeta (também indicada como Kangaroo Limited, parte do grupo Meituan) ou com a Keeta e com a Rappi”[4].

4. Sustenta que “a contrapartida ao aceite da cláusula é a oferta de valores expressivos, cujo pagamento tem a simples finalidade de fazer com que o restaurante parceiro vete a Keeta”[5], o que seria agravado pela existência de previsões de penalidades contratuais em caso de descumprimento dessas obrigações em montante “correspondente ao dobro do valor investido”[6].

5. Ademais, afirma que em alguns dos contratos firmados, a 99Food impõe “cláusulas de paridade com o iFood”[7], as quais preveem que o restaurante “se obriga a manter na plataforma [99Food] preços iguais ou inferiores aos praticados em suas lojas físicas e na plataforma Ifood, assegurando que estejam sempre devidamente atualizados, especialmente quando houver alteração nos valores”[8].

6. Ao final, requereu a imposição de medida preventiva “para resguardar a competitividade no mercado de intermediação de pedidos *online* de comida”[9], para tanto, entendeu necessária a imposição das seguintes medidas à Representada:

“a. A suspensão de cláusula de banimento que já tenha sido estabelecida pela 99Food com restaurantes, além de proibir a celebração de novos contratos com esse tipo de cláusula na vigência da medida preventiva;

b. A publicação na página da internet da 99Food, em posição de destaque, de declaração de que toda e qualquer restrição prevista em contrato está suspensa, estando os restaurantes não exclusivos do iFood livres para celebrar contratos com quaisquer empresas de intermediação online de entregas de comida;

c. Determinação de que a 99Food comprove, em 15 dias, o cumprimento de todas as obrigações impostas.”[10]

7. Instaurado o PP, a Representada foi oficiada[11] para manifestar-se sobre o inteiro teor da Representação. Em sua resposta[12], apresentada tempestivamente em 18.09.2025, defende, em síntese, que:

- A 99Food é entrante no mercado de *delivery* – a empresa está em fase inicial de relançamento, com participação irrelevante e sem poder de mercado para produzir efeitos de fechamento;
- Sua estratégia seria pró-competitiva – as cláusulas de exclusividade parcial se dão por tempo limitado e tem como contrapartida incentivos típicos, como: taxas intermediação menores, remuneração maior a entregadores e descontos a consumidores e restaurantes;
- Haveria risco de dano reverso – eventual bloqueio da estratégia da 99Food perpetuaria a dominância do iFood e prejudicaria restaurantes, entregadores e consumidores;
- Não estão presentes os pressupostos para medida preventiva – não haveria a configuração do *fumus boni iuris* nem *periculum in mora*, e eventual intervenção configuraria *overenforcement* e enfraqueceria

a rivalidade no setor.

8. Por fim, a Representada apresentou parecer jurídico[13] em que se sustenta, em suma, que:
- “É correto afirmar que a estratégia da 99Food tem potencial pró-competitivo, na medida em que se apresenta como agente que ingressa no mercado brasileiro com política comercial voltada a fortalecer sua plataforma de maneira a torná-la atrativa a um mercado consumidor potencialmente cativo do agente dominante.”[14]
9. A Representante apresentou manifestação voluntária[15], em 22.09.2025, destacando elementos que, em sua visão, demonstram que a 99Food busca “fechar o mercado para as plataformas menores e potenciais entrantes”, ou seja, “para quem ainda não formou seu portfólio, e assim se posicionar como única concorrente o iFood, como sócia minoritária em um duopólio.”
10. Em 26.09.2025, a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (“Abrasel”) protocolou pedido de habilitação de terceira interessada[16] argumentando que “a presente investigação, ao tratar da liberdade de contratação e das condições comerciais dos restaurantes, afeta diretamente toda a base de associados da ABRASEL.”[17]
11. De maneira semelhante, em 03.10.2025, a Rappi Brasil Intermediação de Negócios LTDA. (“Rappi”) protocolou pedido de habilitação de terceira interessada[18] argumentando que seria concorrente direta da Representante e da Representada e “é expressamente mencionada nas cláusulas restritivas objeto da investigação”[19].
12. Neste íterim, foram enviados os Ofícios à 99Food[20], ABRASEL[21] e a Rappi[22] para complementação de informações, tendo as respectivas respostas sido apresentadas tempestivamente em 06.10.2025 e 05.11.2025 (99Food[23]), 21.10.2025 (Rappi[24]) e 29.10.2025 (Abrasel[25]).
13. Por fim, foram recebidas, ainda, manifestações voluntárias da Keeta, em 23.10.2025[26] e 17.12.2025[27]; e da 99Food, em 29.10.2025[28] e 07.01.2025[29].
14. Diante do conjunto probatório ora exposto, esta SG (“Superintendência-Geral do Cade”) elaborou a Nota Técnica (“NT”) nº 30/2026/CGAA11/SGA1/SG/Cade[30] na qual assinalou que “a matéria apresentada na denúncia é de competência do SBDC, de modo que este Conselho há de investigar os indícios de infração à ordem econômica”[31]. Nessa senda, a referida NT foi acolhida pelo Despacho SG nº 06/2026[32], que, pelos fundamentos nela apontados instaurou, em 31.03.2026, o presente Inquérito.
15. Cumpre ressaltar que esta SG foi cientificada da interposição de Recurso Voluntário (“RV”) [33] em face do Despacho de Instauração de Inquérito Administrativo nº 6/2026, por parte do Representante.
16. Ademais, no âmbito do IA, em prosseguimento à fase instrutória, foram enviados os seguintes Ofícios dispostos no quadro abaixo:

**Quadro 1: Ofícios enviados ao longo da instrução do IA**

| E m pr es a     | Ofic io nº  | Nº SEI   | SEI da Respos ta |
|-----------------|-------------|----------|------------------|
| 99 Fo od        | 198 8/20 26 | 1730 174 | 175064 3         |
| Ra ppi Br asi l | 198 9/20 26 | 1730 235 | 174994 3         |
| Ke eta          | 199 0/20 26 | 1730 237 | 174286 9         |
| Ifo od          | 199 1/20 26 | 1730 239 | 175069 6         |

Fonte: Elaboração própria

17. É o relatório.

## II. MERCADO RELEVANTE

### II.1 Considerações iniciais

18. A definição de mercado relevante apresenta-se geralmente como uma das primeiras etapas da análise antitruste realizada sobre casos concretos. É costumeiramente considerada uma das mais importantes[34], sendo por vezes até mesmo legalmente exigida[35], na medida em que, através dela, permite-se a realização de inferências sobre a existência e a capacidade de exercício de poder de mercado por parte dos agentes que nele atuam[36].

19. A análise de mercado relevante no controle repressivo de condutas funciona como mecanismo para averiguar se é adequado, prático e razoável isolar ou fragmentar a área da atividade econômica em que a lei incidirá. No que diz respeito a condutas unilaterais, a definição do mercado relevante e a subsequente verificação da existência de posição dominante da empresa investigada é de importância inequívoca para avaliar a potencialidade de dano decorrente da suposta conduta denunciada.

20. Nos termos do Guia para Análises de Atos de Concentração Horizontal do Cade[37] (“Guia H”), a delimitação do mercado relevante é “o processo de identificação do conjunto de agentes econômicos (consumidores e produtores) que efetivamente reagem e limitam as decisões referentes a estratégias de preços, quantidades, qualidade (entre outras) da empresa resultante da operação”, o que passa pela avaliação das dimensões produto e geográfica.

21. Sob a ótica da demanda, a dimensão produto:

“compreende bens e serviços considerados, pelo consumidor, substituíveis entre si devido a suas características, preços e utilização. Para auferir essa substitutibilidade, examina-se a possibilidade de os consumidores desviarem sua demanda para outros produtos.”

22. Já a dimensão geográfica, “refere-se à área em que as empresas ofertam seus produtos ou que os consumidores buscam mercadorias (bens ou serviços) dentro da qual um monopolista conseguirá, lucrativamente, impor elevações de preços significativas”.

23. O tópico a seguir se concentrará na avaliação dessas nuances específicas dos mercados relevantes relacionados a presente investigação visando defini-los.

### II.2 Definição de mercado relevante

24. O mercado de plataformas de *delivery* já foi examinado por este Conselho em diversas oportunidades. Destaca-se, de início, o AC nº 08700.007262/2017-76 (Requerentes: Naspers Ventures B.V., Rocket Internet SE e Delivery Hero AG), no qual a SG analisou detidamente a dinâmica concorrencial do setor, considerada a atuação, à época, das plataformas iFood, SpoonRocket, PedidosJá e Subdelivery[38].

25. Com efeito, o ponto de partida da análise da SG no âmbito do aludido precedente foi reconhecer que a dinâmica concorrencial do *delivery online* não poderia ser adequadamente compreendida a partir da antiga lógica bilateral restaurante-consumidor. **Naquela oportunidade, a SG identificou quatro modelos de organização dos pedidos de comida, a saber: (i) pedidos por ligação telefônica; (ii) *marketplaces* (plataformas multirrestaurantes); (iii) plataformas dedicadas dos próprios restaurantes; e (iv) plataformas especialistas em pedidos e logística (*full service*).**

26. Nessa senda, o Caderno do Cade de Mercados de Plataformas Digitais define cada uma dessas modalidades da seguinte maneira:

**“Por telefone:** modelo tradicional, os consumidores pedem a refeição diretamente para o restaurante.

***Marketplaces* (ou multirrestaurantes):** os pedidos são registrados e direcionados pelos restaurantes que são os responsáveis pelos serviços de entrega. Aqui, as plataformas são os intermediários entre os restaurantes e os consumidores. O operador do *marketplace* recebe uma taxa do restaurante que, em geral, é uma porcentagem do valor do pedido.

**Plataformas dedicadas ou próprias:** os próprios restaurantes e redes de restaurantes ofertam uma plataforma exclusiva do restaurante ou da rede. O fornecedor da comida é o responsável por receber os pedidos, preparar a comida e entregá-la

**Plataformas especialistas em pedidos e logística (modelo *full service*):** a captação do pedido é realizada pela plataforma que oferece redes de logística próprias, de modo a prover o serviço de entrega de comida aos restaurantes.”[39] (g.n.)

27. Em síntese, esta SG entendeu que a dimensão produto do mercado relevante seria: “pedidos *online* de comida, conjuntamente em seus três modelos (*marketplace*, plataformas dedicadas e especialistas em pedidos e logística)”[40], excluindo, portanto, as modalidades de pedido realizadas por intermédio de canais *offline*. Isso porque, na avaliação da SG, não seriam os pedidos por telefone que exerceriam pressão competitiva relevante sobre os diversos segmentos de pedidos *online*, mas, antes, as plataformas digitais que tenderiam a deslocar progressivamente a intermediação tradicional entre consumidor e restaurante. *in verbis*:

“Não são os pedidos por telefone que exercem uma pressão competitiva nos diversos segmentos de pedidos *online* de comida, mas sim a estruturação de plataformas virtuais de pedido de comida que vem, cada vez mais, tornando obsoleta a intermediação consumidor-restaurante via telefone.”[41]

28. Para facilitar a visualização das modalidades de operação no setor de entregas, esta SG elaborou o fluxograma abaixo, que contrasta as três modalidades ao longo da jornada do pedido, destacando, em cada etapa, se a operação cabe à empresa titular do aplicativo, ao restaurante ou a terceiros.

**Figura 1: Esquema visual do funcionamento das modalidades de *delivery***



Fonte: elaboração própria

29. O referido entendimento também foi aplicado em análises posteriores tais como no **AC nº 08700.001962/2019-19** (Requerentes: Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. e Delivery Center Holding S.A.); **AC nº 08700.000826/2020-45** (Requerentes: Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia, Inovação e Tecnologia - Grupo BR Malls, Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. e Delivery Center Holding S.A.) e no **AC nº 08700.002463/2020-82** (Requerentes: STNE Participações S.A. e Delivery Much Tecnologia S.A.).

30. No que concerne à análise específica de condutas, observa-se que o referido mercado foi analisado recentemente por esta autoridade de defesa da concorrência em virtude de Representação[42] formulada pela Rappi em face do iFood (IA nº 08700.004588/2020-47 - Rappi e Abrasel x iFood – doravante “Caso iFood”).

31. Naquela ocasião, de maneira semelhante ao aqui narrado pela Representante, foram investigadas supostas infrações à ordem econômica decorrentes da imposição de cláusulas de exclusividade que teriam por efeito o fechamento do mercado de *marketplaces* de *delivery* de comida, restando suspensa a investigação em virtude da celebração de Termo de Compromisso de Cessação (“TCC”)[43], cujo objetivo foi de “preservar e proteger as condições de concorrência **no mercado brasileiro de marketplaces de delivery online de comida**”[44]. (g.n.)

32. Dado o exposto, cumpre delimitar o alcance da dimensão produto à luz da conduta investigada no presente caso.

33. Das modalidades *online* identificadas pela jurisprudência do Cade, consideram-se úteis, para os fins da presente análise, aquelas efetivamente operadas pelas plataformas envolvidas[45], quais sejam, os *marketplaces* e as plataformas especialistas em pedidos e logística (*full service*)[46], excluídas as plataformas dedicadas dos próprios restaurantes ou redes de restaurantes. Com efeito, o mercado ora analisado não é o da oferta de comida em sentido estrito, mas o da prestação de serviços de intermediação entre restaurantes e consumidores. Sob essa ótica, ainda que o canal próprio do restaurante possa exercer pressão sobre a demanda das plataformas por meio de entregas próprias, ele não oferta serviço de intermediação, situando-se, ao revés, do lado da oferta da relação ora examinada, na condição de parceiro cujo acesso é objeto dos compromissos de exclusividade.

34. **Vale dizer, o restaurante não é um intermediador concorrente, mas a própria contraparte que se busca vincular por meio da exclusividade.**

35. Nessa senda, e tendo em vista que a presente análise visa apurar indícios de ilicitude em contratos de exclusividade entre plataformas e restaurantes, baseados, portanto, na relação consumidores-plataforma-restaurantes, define-se a dimensão produto **como o mercado de serviços de intermediação de pedidos online de comida**, restrito aos *marketplaces* e às plataformas especialistas em pedidos e logística, excluído o *delivery* próprio dos restaurantes pelas razões já apresentadas.

36. No tocante à dimensão geográfica, a jurisprudência do Cade não adotou solução unívoca, tendo identificado fatores que apontam ora para uma definição nacional, ora para um recorte local. Com efeito, segundo a síntese de precedentes contidas no Caderno do Cade sobre plataformas digitais, três fatores sugeririam abrangência nacional deste MR, a saber:

- “(i) a precificação (taxas dos consumidores e dos lojistas) seria, na maioria dos casos, determinada a nível nacional;
- (ii) as ações de marketing seriam realizadas a nível nacional e buscariam aumentar o reconhecimento da marca da plataforma; e
- (iii) as plataformas de pedidos de comida, como os *marketplaces*, e os especialistas em logística, seriam bastante escaláveis, razão pela qual restaurantes e consumidores adicionais em novas localidades podem ser atendidos de forma relativamente rápida e econômica, com pequena necessidade de investimentos adicionais, enquanto a funcionalidade e experiência dos usuários nas plataformas são uniformes em todas as regiões”[47]

37. Em contrapartida, outros fatores apontam para uma dimensão geográfica mais contida, principalmente considerando elementos como a demanda do consumidor, o alcance das entregas e as estratégias de expansão das plataformas, *vide*:

- “(i) a demanda pelo serviço é inerentemente local, visto que os consumidores buscam restaurantes que possam entregar no seu endereço;
- (ii) a expansão da área geográfica coberta por uma plataforma não é automática e requer investimento, como a estruturação do *marketplace* local, com novas parcerias com restaurantes e entregadores; e
- (iii) a estratégia de entrada das empresas no segmento usualmente ocorre de forma local, envolvendo um município exclusivo”[48]

38. Diante desses elementos, este Cade vem adotando uma definição de dimensão geográfica aberta, examinando os dois cenários supracitados[49], *i.e.* nacional e local. Entretanto, conforme documentos acostados aos autos pelas partes[50], o único município em que ocorre sobreposição de serviços entre Keeta e 99Food, atualmente, é o de São Paulo. Destarte, ainda que se pudesse avaliar efeitos da conduta a nível nacional, entende-se mais útil para o caso concreto **delimitar a dimensão geográfica a nível municipal**, tomando-se a capital paulista como o cerne da presente análise.

## II.3 Conclusão sobre Mercado Relevante

39. Ante o exposto, define-se o mercado relevante afetado pela conduta, em sua dimensão produto, **como o mercado de serviços de intermediação de pedidos online de comida**, compreendidos os *marketplaces* e as plataformas especialistas em pedidos e logística (*full service*), excluído o *delivery* próprio dos restaurantes.

40. Em sua dimensão geográfica, conquanto a jurisprudência deste Conselho admita o exame concomitante dos planos nacional e municipal, **delimita-se o mercado em âmbito municipal**, tomando-se o Município de São Paulo como *locus* da presente análise, por constituir, à luz dos elementos constantes

dos autos, a única praça em que se verifica sobreposição entre a atuação da Keeta e da 99Food atualmente. Fixadas tais balizas, passa-se à análise da estrutura de oferta do presente MR.

III. ESTRUTURA DE OFERTA

41. A partir da instrução processual conduzida por esta SG, notadamente das informações prestadas pelas plataformas em resposta aos ofícios expedidos, foi possível estimar as participações de mercado dos agentes que atuam no mercado relevante ora delimitado. Para tanto, adotaram-se como *proxies* o *Gross Merchandise Value* (“GMV”), correspondente ao valor total transacionado nas plataformas, e o número de pedidos, métricas costumeiramente empregadas por este Conselho na análise da estrutura de oferta do presente MR[51].

42. Em relação ao GMV, a tabela abaixo apresenta as participações de mercado de iFood, 99Food, Keeta e Rappi no período compreendido entre 2023 a 2025 para o município de São Paulo:

Tabela 1: Market share considerando a proxy “GMV” no município de São Paulo, entre 2023 e 2025 [ACESSO RESTRITO AO CADE]

| Empresa/Ano | 2023      | 2024      | 2025     |
|-------------|-----------|-----------|----------|
| iFood       | [90-100%] | [90-100%] | [80-90%] |
| 99Food      | -         | -         | [10-20%] |
| Keeta       | -         | -         | [0-10%]  |
| Rappi       | [0-10%]   | [0-10%]   | [0-10%]  |
| Total       | 100,00%   | 100,00%   | 100,00%  |

Fonte: Elaboração própria a partir da instrução processual promovida pela SG

43. Observa-se que o iFood se mantém como líder isolado do mercado ao longo de todo o período, com ampla margem sobre os demais concorrentes. Não obstante, sua participação apresentou trajetória descendente, recuando de [90-100%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] para [80-90%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] a partir de 2025, movimento coincidente com a entrada da 99Food e da Keeta no mercado, o que sinaliza o exercício de certa pressão competitiva pelas entrantes.

44. A 99Food, por sua vez, alcançou participação de [10-20%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] ao passo que a Keeta, entrante no mesmo período, e a Rappi registraram participações individuais de [0-10%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] e [0-10%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] respectivamente.

45. Em relação ao grau de concentração, o Índice Herfindahl-Hirschman (“HHI”)[52] apurado para essa *proxy* é de aproximadamente [ $> 2.500$ ] [ACESSO RESTRITO AO CADE] pontos[53]. Considerando que o Guia para Análise de Atos de Concentração Horizontal do Cade (“Guia H”) adota como parâmetro de referência a qualificação como altamente concentrados dos mercados com HHI superior a 2.500 (dois mil e quinhentos) pontos, o índice apurado evidencia tratar-se de **mercado altamente concentrado**.

46. Em relação à *proxy* “número de pedidos”, a tabela abaixo apresenta as participações de mercado das mesmas quatro empresas no período compreendido entre 2023 a 2025, novamente considerando o recorte geográfico do município de São Paulo:

Tabela 2: Market share considerando a proxy “número de pedidos” no município de São Paulo, entre 2023 e 2025 [ACESSO RESTRITO AO CADE]

| Empresa/Ano | 2023      | 2024      | 2025     |
|-------------|-----------|-----------|----------|
| iFood       | [90-100%] | [90-100%] | [70-80%] |
| 99Food      | -         | -         | [10-20%] |

|              |         |         |         |
|--------------|---------|---------|---------|
| <b>Keeta</b> | -       | -       | [0-10%] |
| <b>Rappi</b> | [0-10%] | [0-10%] | [0-10%] |
| <b>Total</b> | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Fonte: Elaboração própria a partir da instrução processual promovida pela SG

47. Os resultados apurados sob essa *proxy* são substancialmente convergentes com os anteriores. O iFood permanece como líder destacado, com participação que recuou de [90-100%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] em 2024 para [70-80%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] a partir do ingresso da 99Food e da Keeta.

48. Nesse sentido, ao passo que a 99Food alcançou [10-20%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] de participação de mercado, a Keeta alcançou, no mesmo período [0-10%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] de *market share*.

49. De igual modo, o HHI apurado para essa *proxy*, de aproximadamente [ $> 2.500$ ] [ACESSO RESTRITO AO CADE] pontos[54], também **qualifica o mercado como altamente concentrado**, nos termos do parâmetro de referência do Guia H.

50. Ante o exposto, verifica-se que, sob ambas as *proxies* utilizadas, o mercado revela-se altamente concentrado e liderado pelo iFood. Não obstante, no que concerne especificamente à Representada, constata-se que **a 99Food não atingiu, em nenhuma das métricas empregadas, o patamar de 20% (vinte por cento)** frequentemente utilizado como *threshold* para a presunção da existência de posição dominante, nos termos do art. 36, § 2º, da Lei nº 12.529/2011.

51. Releva acrescentar que tal conclusão se mantém ainda que se adotasse recorte mais amplo da dimensão produto. Com efeito, caso fossem computados os serviços de *delivery* próprio dos restaurantes, as participações de mercado apuradas seriam ainda mais diluídas, de modo que nem mesmo nesse cenário, mais conservador para fins de caracterização de dominância, a 99Food alcançaria o referido patamar de 20% (vinte por cento).

52. Destarte, conquanto o mercado se revele altamente concentrado, os elementos disponíveis não autorizam presumir a existência de posição dominante da 99Food, circunstância que será devidamente sopesada na análise da conduta investigada e de seus potenciais efeitos anticompetitivos.

#### IV. ANÁLISE

53. Conforme apontado no Relatório, o presente IA foi instaurado em virtude do recebimento de Representação apresentada pela Keeta, em desfavor da 99Food, por suposta prática de abuso de posição dominante no mercado de *marketplaces* de *delivery* de comida, com a finalidade de impedir a entrada de novos concorrentes e fechar o mercado a partir da imposição de “cláusulas de banimento”, as quais:

“(i) se direcionam contra concorrentes específicos, ao mesmo tempo em que permite que o restaurante negocie livremente com o líder do mercado (iFood); (ii) foca em restaurantes tidos como ‘estratégicos’ e essenciais para que uma plataforma se torne atrativa; (iii) tem escopo temporal indefinido e abrange inclusive estabelecimentos futuros; e (iv) sujeita o descumprimento a sanções efetivamente dissuasórias.”

54. Em síntese, defende a Representante que: (i) “a imposição de cláusulas de banimento consubstancia uma estratégia deliberada de fechamento de mercado por meio da restrição ao acesso a parceiros estratégicos, objetivando dificultar ou inviabilizar a entrada da Keeta”; e (ii) “não há racionalidade na adoção de cláusulas de banimento que não o bloqueio puro e simples de rivais”.

55. Destarte, se comprovadas, as supostas condutas investigadas seriam passíveis de enquadramento como ilícitos concorrenciais previstos nos incisos I, II e IV do *caput* do art. 36, c/c incisos III, IV, V e X do §3º do mesmo artigo da Lei nº 12.529/11, *in verbis*:

“Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;

II - dominar mercado relevante de bens ou serviços; (...)

IV - exercer de forma abusiva posição dominante. (...)

§ 3º As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no caput deste artigo e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica: (...)

III - limitar ou impedir o acesso de novas empresas ao mercado;

IV - criar dificuldades à constituição, ao funcionamento ou ao desenvolvimento de empresa concorrente ou de fornecedor, adquirente ou financiador de bens ou serviços;

V - impedir o acesso de concorrente às fontes de insumo, matérias-primas, equipamentos ou tecnologia, bem como aos canais de distribuição; (...)

X - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços;”

56. Por se tratar de práticas restritivas unilaterais, confirmar a existência de poder de mercado é condição necessária, embora não suficiente, para aferir o potencial lesivo das condutas imputadas. Assim, uma vez constatada a existência ou fortes indícios de posição dominante, pode-se, na sequência, avançar para a análise das condutas e seus efeitos.

57. Nesse sentido, o §2º do art. 36 da Lei nº 12.529/2011 estabelece que se presume posição dominante sempre que uma empresa ou grupo de empresas for capaz de alterar unilateral ou coordenadamente as condições de mercado, prevendo-se presunção legal quando houver controle de 20% ou mais do mercado relevante.

58. No caso concreto, conforme já discutido alhures, os testes de mercado conduzidos por esta SG indicam que a 99Food detém *market share* de [10-20%] [ACESSO RESTRITO AO CADE], considerando a *proxy* GMV e [10-20%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] de participação de mercado sob a *proxy* “número de pedidos”. Portanto, a Representada não ultrapassa o patamar legal de 20% previsto no art. 36, §2º, da Lei nº 12.529/2011, de modo que não incide, no presente caso, a presunção legal de posição dominante no único município em que há sobreposição de serviços entre Representante e Representado.

59. Ademais, as participações de mercado apuradas não consideram a pressão de demanda exercida pelos serviços de *delivery* operacionalizados pelos próprios restaurantes, pelas razões oportunamente expostas na seção de “Mercado Relevante”. Nesse contexto, caso tais agentes viessem a ser incluídos na dimensão produto ora analisada, os valores de *market share* seriam ainda mais diluídos.

60. Nesse contexto, há que se destacar que a teoria do dano apresentada pela Representante depende, em larga medida, da premissa de que a 99Food teria capacidade de restringir o acesso de concorrentes a restaurantes estratégicos e, com isso, dificultar ou inviabilizar a entrada ou expansão de plataformas rivais. **Contudo, diante dos *market shares* apurados não há indícios robustos de que a 99Food disponha de poder de mercado suficiente para alterar unilateralmente as condições concorrenciais do mercado ora sob análise.** Ademais, na petição (1742869) protocolizada em 27 de abril de 2026, verifica-se que a alegada estratégia adota pela 99Food não impediu a entrada da Keeta em outras localidades[55].

61. Essa ausência de capacidade de alterar as condições de mercado é reforçada pela própria estrutura de mercado apurada, a qual indica que a 99Food atua em posição significativamente inferior à do principal agente do setor, o iFood. Enquanto a Representada não atinge o patamar de 20% em nenhuma das *proxies* verificadas, a líder de mercado detém *market share* de [80-90%] [ACESSO RESTRITO AO CADE], considerando a *proxy* GMV e [70-80%] [ACESSO RESTRITO AO CADE] de participação de mercado sob a *proxy* “número de pedidos”. Ou seja, mesmo que se flexibilizasse o patamar de 20%, ainda assim o líder de mercado teria participações superiores a **quatro vezes** as participações de mercado da 99Food, não havendo possibilidade de se considerar que a Representada tenha qualquer posição dominante nesse cenário, o que é um requisito para configurar um abuso de posição dominante, naturalmente. Na verdade, a partir da análise das evidências coletadas no teste de mercado, verifica-se que a entrada da 99Food e da Keeta passa a contestar a posição da incumbente. Por exemplo, as evidências mostram que, entre 2024 e 2025, no município de São Paulo, o iFood reduziu a sua participação de mercado em [10-20 e 10-20] [ACESSO RESTRITO AO CADE] pontos percentuais pelas *proxies* GMV e número de pedidos, respectivamente.

62. Nesse contexto, ainda que as cláusulas questionadas pela Representante possam ser objeto de debate sob a ótica de sua racionalidade comercial, a baixa participação da Representada reduz substancialmente a plausibilidade de uma hipótese de fechamento de mercado com efeitos relevantes sobre a ordem econômica. **Com efeito, é válido lembrar que tanto a Keeta quanto a 99Food são entrantes no mercado de *delivery***, conforme já disposto nesta Nota Técnica.

63. Adicionalmente, observa-se que, em que pese a Representante não ter informado aos autos, é de conhecimento público[56] que a Keeta tem adotado o serviço de “compras intermediadas” para permitir que seus clientes possam realizar pedidos de restaurantes que ainda não estão integrados à sua plataforma, inclusive em estabelecimentos que possuam acordos de exclusividade com rivais. Esse serviço faz com que entregadores da Keeta adquiram os produtos diretamente no balcão de estabelecimentos não credenciados na sua plataforma para posterior entrega ao consumidor final.

64. Assim, embora a Representação descreva condutas que, em tese, poderiam ser enquadradas nos incisos I, II e IV do caput do art. 36, c/c incisos III, IV, V e X do §3º do mesmo artigo, a análise concreta dos elementos disponíveis não permite concluir pela existência de indícios suficientes de dano, ainda que potencial, à ordem econômica. A ausência de participação de mercado compatível com a presunção legal de posição dominante, somada à inexistência de elementos que indiquem capacidade de alteração unilateral das condições de mercado, enfraquece a plausibilidade concorrencial da teoria do dano apresentada.

65. Destarte, tendo em vista os elementos indicados supra, entende-se que o arquivamento do feito em sede de inquérito, nos termos do art. 13, IV, da Lei nº 12.529/2011 configura a solução administrativa mais adequada.

## V. CONCLUSÕES

66. O presente Inquérito Administrativo foi instaurado após o recebimento de Representação que denuncia suposta conduta de fechamento de mercado, consubstanciada na celebração, pela 99Food, de contratos de exclusividade com restaurantes em detrimento da Keeta, conduta passível de enquadramento como ilícito previsto nos incisos I, II e IV do caput do art. 36, c/c os incisos III, IV, V e X do § 3º do mesmo artigo da Lei nº 12.529/2011.

67. Conforme demonstrado ao longo desta Nota Técnica, a análise da conduta foi norteadada pela verificação da existência de posição dominante da 99Food no mercado relevante delimitado, qual seja, o de serviços de intermediação de pedidos online de comida, em âmbito municipal, mais especificamente no município de São Paulo.

68. Com efeito, ainda que o art. 36 da Lei nº 12.529/2011 dispense a demonstração de culpa e admita a configuração de infração independentemente da produção de efeitos, a análise de condutas unilaterais pressupõe a aferição da capacidade do agente de produzir efeitos concretos sobre a dinâmica concorrencial.

69. Nesse particular, os testes de mercado conduzidos por esta SG revelaram que a 99Food detém participação de mercado menor que 20% (vinte por cento), seja sob a *proxy* de GMV, seja sob a de número de pedidos, não ultrapassando, portanto, o patamar a partir do qual o art. 36, § 2º, da Lei nº 12.529/2011 autoriza a presunção de posição dominante. Outrossim, tal conclusão se reforça quando se considera que as participações apuradas seriam ainda mais diluídas caso computado o *delivery* próprio dos restaurantes, o elevado *market share* da líder de mercado – iFood –, bem como o fato de que a Representada, a exemplo da Keeta, é agente entrante no mercado.

70. Diante dos fatos expostos nos autos e ao longo da presente Nota Técnica, que apontam para a insubsistência dos indícios de infração à ordem econômica, conclui-se pelo arquivamento do presente Inquérito Administrativo, nos termos do art. 13, IV, da Lei nº 12.529/2011. Ademais, tendo em vista o arquivamento do processo em tela, reconhece-se a perda de objeto do pedido de medida preventiva, com o consequente arquivamento, por ausência de interesse processual superveniente.

71. Por oportuno, repise-se que o arquivamento não prejudica a abertura de investigações futuras diante da eventual existência de novos indícios de infração à ordem econômica. Arquivar neste momento é a medida de melhor racionalidade administrativa, com base nos princípios da eficiência, interesse público e proporcionalidade, enunciados no art. 21 da Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999,

evitando com isso dispêndio desnecessário de recursos públicos na investigação de um procedimento aberto sem indícios consistentes de infração à ordem econômica, conforme determinado pela Lei nº 12.529/2011.

72. Essas as conclusões.

- 
- [1] SEI 1726968
  - [2] SEI 1610146
  - [3] SEI 1610147
  - [4] SEI 1610147
  - [5] SEI 1610147
  - [6] SEI 1610147
  - [7] SEI 1610147
  - [8] SEI 1610147
  - [9] SEI 1610147
  - [10] SEI 1610147
  - [11] SEI 1610791
  - [12] SEI 1625316
  - [13] SEI 1625316
  - [14] SEI 1625316
  - [15] SEI 1626551
  - [16] SEI 1629915
  - [17] SEI 1629915
  - [18] SEI 1633696
  - [19] SEI 1633696
  - [20] SEI 1631204 e 1640439
  - [21] SEI 1632662
  - [22] SEI 1633954
  - [23] SEI 1634687 e 1651159
  - [24] SEI 1642822
  - [25] SEI 1647005
  - [26] SEI 1644014
  - [27] SEI 1678673
  - [28] SEI 1646967
  - [29] SEI 1686605
  - [30] SEI 1726933
  - [31] SEI 1726933
  - [32] SEI 1726968
  - [33] Autos nº 08700.003233/2026-26.

- [34] CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. *Documento de Trabalho 01/10*. Delimitação de Mercado Relevante. Disponível em: <[https://cdn.cade.gov.br/portal-ingles/topics/publications/economic-studies/working\\_papers/delimitacao\\_de\\_mercado\\_relevante.pdf](https://cdn.cade.gov.br/portal-ingles/topics/publications/economic-studies/working_papers/delimitacao_de_mercado_relevante.pdf)>. Acesso em 20.02.25.
- [35] EBEN, Magali; ROBERTSON, Viktoria H.S.E. *The relevant market concept in competition law and its application to digital markets: a comparative analysis of the EU, US and Brazil*, 2021. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3762447](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3762447)>. Acesso em 20.02.25.
- [36] Nesse sentido: KAPLOW, Louis. *Why (Ever) Define Markets?* Harvard Law and Economics Discussion Paper No. 666, Harvard Public Law Working Paper No. 11-08, 2011. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=1750302>>. Acesso em 20.02.25; e FERNANDES, Victor Oliveira. SILVEIRA DE SÁ, Marcus Vinícius. *Adaptando as definições de mercado relevante nos mercados digitais: lições da experiência do Cade*. Revista De Direito Administrativo, 283(2), 93–120. Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/rda/article/view/90080>>. Acesso em 20.02.25.
- [37] Guia para Análises de Atos de Concentração Horizontal do Cade. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf>>. Acesso em 20.02.25.
- [38] SEI 0451193
- [39] Cadernos do Cade: Mercados de Plataformas Digitais. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf>>. Acesso em: 22.06.2025
- [40] SEI 0451193
- [41] SEI 0451193
- [42] SEI 0811083
- [43] Termo de Compromisso de Cessação nº 08700.005597/2022-17
- [44] SEI 1184081
- [45] Keeta, 99Food e demais concorrentes como iFood e Rappi.
- [46] O iFood, por exemplo, opera em modalidade mista, realizando tanto entregas por meio de logística própria (modelo *full service*) quanto pela modalidade “Entrega Parceira”, na qual o restaurante é responsável por garantir que a refeição chegue ao consumidor final (modelo *marketplace*). Vide: <<https://institucional.ifood.com.br/institucional/como-e-o-modelo-de-negocio-do-ifood/>>. Acesso em 23.06.2026.
- [47] Cadernos do Cade: Mercados de Plataformas Digitais. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf>>. Acesso em: 22.06.2025
- [48] Cadernos do Cade: Mercados de Plataformas Digitais. Disponível em: <<https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos/cadernos-do-cade/plataformas-digitais.pdf>>. Acesso em: 22.06.2025
- [49] ACs nº 08700.007262/2017-76; AC nº 08700.002463/2020-82, AC nº 08700.000826/2020-45 e AC nº 08700.001962/2019-19.
- [50] SEI 1742869 e SEI [ACESSO RESTRITO AO REPRESENTADO]
- [51] Vide AC *Naspers-Rocket-Delivery Hero e Caso iFood*.
- [52] O Índice Herfindahl-Hirshman (“HHI”) é um índice de concentração de mercado obtido pela soma dos quadrados das participações de mercado das empresas que o compõe, i.e.,  $HHI = \sum si^2$ , em que  $si$  é a participação de mercado da empresa  $i$  multiplicada por 100.
- [53]  $HHI = [ACESSO RESTRITO AO CADE] = [> 2.500] [ACESSO RESTRITO AO CADE]$
- [54]  $HHI = [ACESSO RESTRITO AO CADE] = [> 2.500] [ACESSO RESTRITO AO CADE]$
- [55] Santos e São Vicente em 30/10/2025; São Paulo, Guarulhos, São Bernardo do Campo, Osasco, Santo André, Diadema, Barueri, São Caetano do Sul e Itaquaquecetuba em 01/12/2025.

[56] Conforme amplamente noticiado, e.g.:

PLATÔBR. *Modelo da Keeta com pedidos 'intermediados' incomoda restaurantes*. Disponível em: <<https://platobr.com.br/modelo-da-keeta-com-pedidos-intermediados-incomoda-restaurantes>>.

GRANDES EMPRESAS & PEQUENOS NEGÓCIOS. *O que é 'compra intermediada'? Entenda modelo que vem gerando reclamações de restaurantes*. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/gestao/noticia/2026/01/o-que-e-compra-intermediada-entenda-modelo-que-vem-gerando-reclamacoes-de-restaurantes.ghtml>>.

VEJA. *Como decisão favorável à Keeta contra Pizza Hut chacoalha o mercado*. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/como-decisao-favoravel-a-keeta-contra-pizza-hut-chacoalha-o-mercado/>>.

NEO FEED. *O novo round da guerra do delivery: “compra intermediada” leva Keeta à Justiça*. Disponível em: <<https://neofeed.com.br/negocios/o-novo-round-da-guerra-do-delivery-compra-intermediada-leva-keeta-a-justica/>>.



Documento assinado eletronicamente por **Alexandre Barreto de Souza, Superintendente-Geral**, em 25/06/2026, às 15:36, conforme horário oficial de Brasília e Resolução Cade nº 11, de 02 de dezembro de 2014.



Documento assinado eletronicamente por **Felipe Neiva Mundim, Superintendente-Adjunto**, em 25/06/2026, às 15:50, conforme horário oficial de Brasília e Resolução Cade nº 11, de 02 de dezembro de 2014.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.cade.gov.br/autentica>, informando o código verificador **1773647** e o código CRC **B53E050E**.