

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**

**Diogo Lucas Martins**

**A QUEM PERTENCE O *AFTERMARKET* AUTOMOTIVO?**

**Práticas anticompetitivas no mercado de reparação veicular brasileiro – uma reflexão crítica sobre a jurisprudência do CADE**

**Belo Horizonte**

**2017**

**Diogo Lucas Martins**

**A QUEM PERTENCE O *AFTERMARKET* AUTOMOTIVO?**

**Práticas anticompetitivas no mercado de reparação veicular brasileiro – uma reflexão crítica sobre a jurisprudência do CADE**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito e Ciências do Estado da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Direito.

Linha de pesquisa: Poder, Cidadania e Desenvolvimento no Estado Democrático de Direito

Área de estudo: Direito e Desenvolvimento Econômico (Código P-03)

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Amanda Flávio de Oliveira

**Belo Horizonte**

**2017**

---

M386a Martins, Diogo Lucas  
A quem pertence o aftermarket automotivo? : práticas anticompetitivas no mercado de reparação veicular brasileiro – uma reflexão crítica sobre a jurisprudência do CADE / Diogo Lucas Martins – 2017.

Orientadora: Amanda Flávio de Oliveira.  
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Direito.

1. Direito econômico – Teses 2. Concorrência – Teses  
3. Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Brasil)  
4. Direito antitruste 5. Mercado automobilístico I.Título

CDU(1976) 34:33

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
FACULDADE DE DIREITO E CIÊNCIAS DO ESTADO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

A dissertação intitulada “A quem pertence o *aftermarket* automotivo? Práticas anticompetitivas no mercado de reparação veicular brasileiro – uma reflexão crítica da jurisprudência do CADE”, de autoria de Diogo Lucas Martins, foi considerada \_\_\_\_\_ pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

Professora Doutora Amanda Flávio de Oliveira  
(FDUFMG - Orientadora)

---

Professor Doutor Marcelo Andrade Féres  
(FDUFMG)

---

Professor Doutor Leandro Novais e Silva  
(FDUFMG)

Belo Horizonte, 21 de agosto de 2017.

## AGRADECIMENTOS

A meus pais, meu irmão e familiares, que sempre me apoiaram nos momentos em que mais precisei, contribuindo, principalmente, com paciência e entendimento. A meu pai em especial, por sempre incentivar meus estudos e por compreender minha ausência ao trabalho e supri-la para que eu me dedicasse à elaboração deste estudo.

A Aline, parceira e exemplo de dedicação nos estudos, pelo amor e carinho. Agradeço por tornar meus dias mais leves, por demonstrar o que de fato é companheirismo e por todo incentivo, principalmente nos momentos de dificuldades. Também não posso deixar de agradecer meus sogros – Luiz Carlos e Maria Rita – por me tratarem como filho e pela acolhida e paciência ao longo de todo o processo do mestrado.

A meus amigos, em especial ao “G5”, pelo incentivo e pelo apoio constantes, principalmente por compreenderem os momentos em que a minha ausência se fazia necessária.

A minha orientadora, Professora Amanda Flávio de Oliveira, sempre muito prestativa, atenciosa e paciente. Agradeço a forma como a orientação foi conduzida – de forma leve, porém com discussões em alto nível, estimulando sempre uma pesquisa “um passo à frente”.

A todos os professores, colaboradores e colegas do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFMG, que tornaram o mestrado uma experiência fantástica. Um abraço especial aos professores João Bosco Leopoldino da Fonseca e Leandro Novais e Silva, sempre exemplos de profissionalismo, competência e entusiasmo pelo Direito Econômico, e também aos colegas Ananda Portes, Bruno Carazza, Bruno Braz, Isadora Castro, Venício Branquinho e André Belfort.

A Patrícia Finelli e Lília Finelli agradeço imensamente as críticas, sugestões e todo apoio ao longo de toda trajetória do mestrado.

Aos colegas participantes da 37ª Edição do Programa de Intercâmbio do CADE, e aos demais colegas do CADE. Agradeço a disposição e gentileza dos senhores Lucas Freire, Amanda Athayde, Paulo Burnier, Ademir Picanço, Edson Junio, Nicolas Wulk e Eduardo Novaes, por compartilharem comigo seus conhecimentos, reflexões, conselhos, colaborações e por fornecerem materiais de extrema importância para o amadurecimento do tema e seu desenvolvimento.

## RESUMO

O presente estudo tem por escopo refletir sobre algumas condutas empresariais praticadas pelos agentes que compõem o mercado secundário automotivo brasileiro (denominado *aftermarket* automotivo) e seus respectivos impactos concorrenciais. O setor em análise envolve uma gama de mercados relevantes. Para fins de delimitação do estudo, optou-se por proceder a dois recortes: (i) o mercado de autopeças utilizadas na reparação (mercado de reposição, responsável pela maior parte das condutas); e (ii) o mercado de equipamentos destinados a suprir as necessidades dos reparadores dos veículos. O recorte metodológico se dá sob a ótica do Direito da Concorrência, a partir do exame de três possíveis condutas que podem afetar a livre concorrência no setor, a saber: (i) denúncias de cartelização envolvendo fabricantes de autopeças; (ii) efeitos que podem advir de restrições verticais da relação entre montadoras e concessionárias na reposição de peças originais; (iii) eventuais abusos de direitos de propriedade intelectual que podem resultar em barreiras à entrada de peças de reposição. Para cada conduta apresentada, serão analisadas decisões proferidas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), a respeito do tema. Também serão examinados casos envolvendo condutas empresariais e seus consequentes prejuízos ou benefícios para determinados agentes que compõem a cadeia do *aftermarket* automotivo. A experiência internacional, sobretudo a europeia e a norte-americana, será utilizada na compreensão de tais práticas e verificação sobre como o setor de reparação tem reagido às práticas abusivas e anticoncorrenciais denunciadas, a fim de buscar soluções e reflexões para os casos brasileiros.

**Palavras-chave:** Direito Econômico. Direito Antitruste. Condutas anticompetitivas. Propriedade intelectual. Mercado automobilístico.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to reflect on some business practices performed by the Brazilian automotive aftermarket agents and their impacts on competition. The industry under analysis involves a range of relevant markets. In order to delimitate this study, we decided to frame two aspects: (i) the market of automotive parts for repair (the aftermarket, responsible for most of the practices); and (ii) the market of equipment designed to meet the demand of vehicle repairers. The methodological approach is based on the Competition Law, through the examination of three possible practices that may affect free competition in the sector, namely (i) cartel practices complaints involving manufacturers of auto parts; (ii) effects that may arise from vertical restraints of the relationship between automakers and car dealerships in the replacement of original parts; (iii) eventual abuse of intellectual property rights that may result in import barriers for automotive replacement parts. For each practice presented, the decisions of the *Conselho Administrativo de Defesa Econômica* – CADE (Administrative Council for Economic Defense) will be analyzed. Cases involving business practices and its damages or benefits for certain agents that make up the automotive aftermarket chain will be examined. The international experience, especially the European and the North American, will be examined in order to understand such practices and to verify how the vehicle repair sector has reacted to abusive and anticompetitive practices, while seeking solutions and reflections for the Brazilian cases.

**Keywords:** Economic Law. Antitrust Law. Anticompetitive practices. Intellectual property. Automotive market.

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABPI	– Associação Brasileira de Propriedade Intelectual
Anfape	– Associação Nacional dos Fabricantes de Autopeças
Anfavea	– Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
CADE	– Conselho Administrativo de Defesa Econômica
CAMEX	– Câmara de Comércio Exterior
CAPA	– Certified Automotive Parts Association
CINAU	– Central de Inteligência Automotiva
DPDC	– Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
DPDE	– Departamento de Proteção e Defesa Econômica
ECUs	– Unidades de Controle Eletrônico
FDD	– Fundo de Direitos Difusos
FIAPs	– Fabricantes Independentes de Autopeças
Fenabrave	– Federação Nacional de Distribuidores de Veículos Automotores
IAM	– <i>Independent Aftermarket</i>
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPI	– Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IPI	– Imposto Sobre Produtos Industrializados
IPVA	– Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores
OCDE	– Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OEM	– <i>Original Equipment Manufacturer</i>
OES	– <i>Original Equipment Supplier</i>
P&D	– Pesquisa e Desenvolvimento
ProCADE	– Procuradoria do Conselho Administrativo de Defesa Econômica
RFQ	– <i>Request for Quotation</i>
SDE	– Secretaria de Direito Econômico
TCC	– Termo de Compromisso de Cessação
TFUE	– Tratado de Funcionamento da União Europeia



## LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1 – Cadeia de distribuição de autopeças no Brasil.....	23
Figura 2 – Esquema simplificado da cadeia de produção OEM.....	27
Figura 3 – <i>Check list</i> da concorrência .....	85
Quadro 1 – Hábitos dos proprietários de acordo com a idade do veículo.....	37
Quadro 2 – Mercado envolvido e empresas investigadas nos processos administrativos instaurados pelo CADE.....	57
Quadro 3 – Cartéis de autopeças investigados entre 2010 e 2013.....	64
Quadro 4 – Síntese da Lei Ferrari (Lei nº 8.132/1990) .....	83

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Idade média da frota circulante brasileira.....	20
Tabela 2 – Principais países de destino das exportações brasileiras em 2014 .....	29
Tabela 3 – Principais origens das importações de autopeças pelo Brasil em 2014.....	30
Tabela 4 – Cartéis relacionados ao setor automobilístico e de autopeças entre 1990 e 2013 ..	63

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2 O QUE É O <i>AFTERMARKET</i> AUTOMOTIVO: ANÁLISE DO SETOR .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Importância econômica e estratégica do setor .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Estrutura e principais agentes que compõem o setor .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.1 Fabricantes de autopeças .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.2 Eixo do atacado: montadoras e distribuidoras .....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.3 Varejo .....</b>	<b>33</b>
<b>2.2.4 Reparação automotiva .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3 Dinâmica concorrencial entre os agentes.....</b>	<b>39</b>
<b>2.4 Práticas anticompetitivas expressivas no mercado automotivo secundário         e caracterização das condutas.....</b>	<b>42</b>
<b>3 POSSIBILIDADE DE CARTELIZAÇÃO ENTRE FABRICANTES DE AUTOPEÇAS .....</b>	<b>48</b>
<b>3.1 O CADE, o combate a cartéis e as investigações no setor de autopeças .....</b>	<b>50</b>
<b>3.2 Fatores que contribuem para a prática de cartel no setor automotivo         e reflexos no <i>aftermarket</i>.....</b>	<b>56</b>
<b>3.3 A experiência internacional .....</b>	<b>62</b>
<b>3.4 Conclusões do capítulo .....</b>	<b>69</b>
<b>4 ACORDOS DE EXCLUSIVIDADE E A RELAÇÃO ENTRE MONTADORAS E CONCESSIONÁRIAS NO FORNECIMENTO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO .....</b>	<b>71</b>
<b>4.1 Fundamentos de análise das restrições verticais e efeitos oriundos         dos acordos de exclusividade .....</b>	<b>74</b>
<b>4.2 A exclusividade nas relações entre montadoras e concessionárias.....</b>	<b>80</b>
<b>4.3 Análise dos efeitos regulatórios da Lei Ferrari .....</b>	<b>82</b>
<b>4.4 O CADE, o índice de fidelidade da Lei Ferrari e a revenda de autopeças .....</b>	<b>89</b>
<b>4.4.1 Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40.....</b>	<b>90</b>
<b>4.4.2 Processos Administrativos contra a Volkswagen, General Motors,             Ford e Fiat em 2001 .....</b>	<b>92</b>
<b>4.5 As experiências norte-americana e europeia .....</b>	<b>95</b>
<b>4.6 Conclusões do capítulo .....</b>	<b>97</b>
<b>5 DILEMAS ACERCA DA PONDERAÇÃO ENTRE CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL NO <i>AFTERMARKET</i> AUTOMOTIVO.....</b>	<b>102</b>

<b>5.1 A propriedade intelectual no setor automobilístico e reflexos no <i>aftermarket</i> .....</b>	<b>106</b>
<b>5.2 O caso Anfape.....</b>	<b>113</b>
<b>5.3 O caso dos <i>softwares</i> de diagnóstico automotivo .....</b>	<b>120</b>
<b>5.4 A experiência internacional no <i>aftermarket</i> automotivo .....</b>	<b>124</b>
<b>5.5 Comentários aos casos brasileiros .....</b>	<b>131</b>
<b>5.5.1. Caso Anfape.....</b>	<b>131</b>
<b>5.5.2. Caso dos <i>softwares</i> de diagnóstico .....</b>	<b>138</b>
<b>5.6 Conclusões do capítulo .....</b>	<b>141</b>
<b>6 CONCLUSÕES.....</b>	<b>143</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>147</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem por escopo refletir sobre algumas condutas empresariais praticadas pelos agentes que compõem o mercado secundário automotivo brasileiro (também chamado de *aftermarket*) e seus respectivos impactos concorrenciais. O setor automobilístico engloba dois grandes mercados, embora independentes: (i) o primário (*foremarket*), concernente à concorrência entre as montadoras, que competem pela preferência do consumidor interessado em adquirir um automóvel novo (“zero km”); e (ii) o secundário (*aftermarket*), que constitui o vasto setor de reparação veicular.

O *aftermarket*, por sua vez, apresenta uma gama de mercados relevantes, que se estendem desde a comercialização de equipamentos destinados à manutenção do veículo, até a fabricação e distribuição das autopeças a serem substituídas. Para fins de delimitação do estudo, esse setor será dividido em dois: o mercado de autopeças utilizadas na reparação (mercado de reposição) e o mercado de equipamentos<sup>1</sup> destinados aos reparadores dos veículos.

A partir desse breve panorama, o recorte abrangerá, sob a ótica do Direito da Concorrência, o estudo de três condutas que podem afetar a livre concorrência no setor, a saber: (i) a cartelização, (ii) os efeitos negativos que podem decorrer de restrições verticais impostas por cláusulas de exclusividade e (iii) as barreiras à entrada de novos concorrentes no mercado derivadas de eventuais abusos de direitos de propriedade intelectual. Para cada conduta será analisada uma faixa do mercado onde as consequências negativas podem se tornar mais evidentes. Para tanto, serão apresentados dados jurisprudenciais e analisadas algumas decisões proferidas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) a respeito de cada tema.

Em relação à primeira conduta – a possível existência de cartel –, a Superintendência-Geral do CADE verificou recentemente indícios de que importantes empresas fabricantes de autopeças atuantes no mercado nacional<sup>2</sup> e internacional mantinham contato permanente entre si, com a finalidade de fixar preços e condições comerciais, alocando pedidos de cotações de

---

<sup>1</sup> No presente contexto, “equipamento” diz respeito também aos *softwares* destinados ao diagnóstico de falhas dos veículos; enfim, engloba todo o aparato que está disponível ao mecânico para efetuar a reparação.

<sup>2</sup> Importante destacar que, apenas entre 2014 e 2015, foram instaurados cinco processos administrativos envolvendo a possível prática de cartel entre fabricantes de autopeças. No segundo semestre de 2014, foram abertos dois processos para apurar cartéis nesse mercado, sendo um no mercado de velas de ignição (PA 08700.005789/2014-13) e outro no de rolamentos antifricção (PA 08012.005324/2012-59). Já no primeiro semestre de 2015, a Superintendência-Geral do CADE instaurou mais três processos administrativos para investigar possíveis práticas de cartel nos mercados de revestimentos de embreagem (PA 08700.010321/2012-89), de sistemas térmicos, que incluem radiadores, condensadores e sistemas de aquecimento, ventilação e ar-condicionado (PA 08700.010323/2012-78), e de limpadores de para-brisas (PA 08700.010320/2012-34).

clientes, dividindo mercados entre concorrentes e compartilhando informações comerciais e concorrencialmente sensíveis<sup>3</sup>.

A possível cartelização do setor por parte de fabricantes de autopeças tem a capacidade de afetar tanto o mercado primário (aumentando o custo do veículo “zero km”) quanto o secundário. Neste último, caso exista cartel, à medida que os preços aumentam, os efeitos se tornam mais danosos ao longo da cadeia produtiva, reduzindo, conseqüentemente, o poder de compra do consumidor.

A segunda conduta sob análise diz respeito a eventuais abusos decorrentes da relação vertical que as montadoras mantêm com suas redes de concessionárias, mais especificamente por meio da fixação de preços de revenda de autopeças. As montadoras dependem das concessionárias para a comercialização de seus produtos aos consumidores finais, sendo essa relação regida pela Lei nº 6.729, conhecida no setor como Lei Ferrari, principal legislação do mercado nacional de veículos automotores, em vigor desde 1979 e modificada em 1990 pela Lei nº 8.132.

Quando uma concessionária é aberta, além do investimento realizado, o concessionário deve assinar um contrato de exclusividade, garantindo que as peças de reposição sejam adquiridas da montadora. Essa especificidade do contrato de concessão faz da montadora a principal (senão a única) fornecedora do distribuidor, fixando, até mesmo unilateralmente, os preços de peças. Diante dessa situação, os concessionários alegam ser pressionados, de um lado, pelos altos preços e, de outro, pela retração da demanda. (BORGES, 2013).

A esse respeito, destacam-se na jurisprudência do CADE dois importantes casos<sup>4</sup>, em que figura como representante a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave)<sup>5</sup>. Neles, a representante alega serem anticompetitivas as restrições verticais

---

<sup>3</sup> Os indícios apontam que os funcionários das empresas combinavam previamente quem deveria ganhar os processos de cotação (*Request for Quotation* – RFQ) das montadoras de automóveis e adotavam estratégias para direcionar o acordo firmado entre eles. Essa prática teria restringido o caráter competitivo do processo de cotação e potencialmente afetado negativamente os custos dos automóveis. (CADE, 2015b).

<sup>4</sup> Os casos apresentados são: Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40 (realizada em julho de 2001, que tratou da representação da Fenabrave contra a Anfavea e as quatro principais montadoras do país – FIAT, FORD, VW e GM) e os Processos Administrativos nº 08012.006516/2001-20 (VW), 08012.006517/2001-74 (GM), 08012.006518/2001-19 (FORD) e 08012.006519/2001-63 (FIAT) (representação da Fenabrave contra as quatro maiores montadoras do país pela cobrança de preços abusivos de revenda de peças de reposição às concessionárias). (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013, p. 20).

<sup>5</sup> “A Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores – Fenabrave é a entidade representativa do setor de Distribuição de Veículos no Brasil. A entidade reúne 51 Associações de Marcas de automóveis, veículos comerciais leves, caminhões, ônibus, implementos rodoviários, tratores, máquinas agrícolas e motocicletas. Ao todo, são cerca de 7,9 mil distribuidores de veículos nacionais e importados, com 380 mil colaboradores diretos, que geram uma receita anual de R\$ 287,9 bilhões (2014), correspondendo a 5,2% do Produto Interno Bruto – PIB do País.” (FENABRAVE, 2015).

impostas pelas montadoras na relação de concessão, por estabelecerem barreiras à entrada de competidores potenciais e elevarem os custos dos competidores efetivos.

Neste trabalho, no que diz respeito aos casos da Fenabreve, entre as condutas denunciadas, optou-se por fazer um recorte para tratar apenas daquelas relacionadas ao índice de fidelidade imposto aos concessionários e à fixação de preços das peças de reposição, por serem mais afeitos ao *aftermarket*; tendo em vista o fato de que as demais condutas se conectam em maior proporção ao mercado primário.

No que diz respeito às condutas que envolvem o uso da propriedade intelectual nos mercados secundários, serão abordados o caso Anfape<sup>6</sup> e o dos aparelhos de diagnósticos automotivos<sup>7</sup>. Em ambos, há denúncias de condutas relacionadas a abusos de direitos de propriedade intelectual por parte dos agentes que atuam de forma independente no *aftermarket* em face das montadoras.

Os casos analisados primam essencialmente por tratarem de condutas que podem ser hábeis a limitar a livre iniciativa no mercado *aftermarket*, criar barreiras à entrada de concorrentes ou conduzir à exclusão destes, bem como impedir o desenvolvimento de novos produtos e impor custos a outros agentes. O acesso efetivo à variedade de produtos, preços competitivos, informações técnicas, ferramentas de diagnóstico multimarca e equipamentos de teste, peças de reposição e treinamento é crucial para que o mercado de reposição automotiva possa fornecer a milhões de motoristas os serviços em padrões de qualidade e preço desejáveis a um mercado competitivo.

A pesquisa objetiva identificar a existência de decisões nacionais sobre as condutas praticadas no setor escolhido e examiná-las, em comparação com decisões internacionais, de forma a compreender se há prejuízo à livre concorrência. A comparação poderá oferecer elementos para responder ao tema-problema escolhido, qual seja, se essas ações, no mercado nacional, estão dentro da legalidade de acordo com o Direito Concorrencial brasileiro.

A hipótese seria a ilegalidade das condutas no campo do *aftermarket* automotivo, o que se pretende verificar por meio da análise dos diversos eixos que compõem o setor (produção, atacado, varejo, reparação), verificando a existência de condutas anticompetitivas, que têm sido objeto de escrutínio pelo CADE e outras autoridades antitruste no mundo. Para testar a hipótese, também será necessário determinar a postura dos agentes no *aftermarket*, a fim de identificar

---

<sup>6</sup> Processo Administrativo nº 08012.002673/2007-51 (CADE, 2010).

<sup>7</sup> Processos Administrativos n. 08012.005818/2004-23; 08012.010848/2005-32; 08012.10847/2005-98; 08012.010850/2005-10; 08012.010851/2005-56; 08012.010852/2005-09; 08012.010849/2005-87; 08012.010853/2005-45 (FERREIRA, 2012, p. 49).

possíveis práticas abusivas e anticoncorrenciais, apontando, ainda, os agentes econômicos que arcaariam com os custos decorrentes de eventuais abusos.

A experiência internacional, sobretudo a europeia e a norte-americana,<sup>8</sup> também será analisada com fins de melhor compreender as práticas e verificar como o setor de reparação tem reagido a condutas que podem ser anticompetitivas. Diversas jurisdições têm criado agendas para a discussão do tema, atentas para sua importância e para a necessidade de regulamentá-lo, quando observadas condutas que afetam a livre concorrência e o mercado consumidor. Nesse sentido, a fim de extrair lições do Direito alienígena que possam informar a legislação nacional de forma adequada, é imprescindível proceder a um estudo acurado de outros ordenamentos jurídicos, levando em consideração a cultura, a formação política e a conformação econômica de cada povo.

Para a consecução do objetivo geral da dissertação, qual seja, comprovar ou refutar a possibilidade da existência de práticas abusivas e anticoncorrenciais no *aftermarket* automotivo, adotou-se como marco teórico a concepção que reconhece a importância de repressão a abusos de poder econômico, em obediência ao disposto no § 4º do artigo 173 da Constituição Federal e, conseqüentemente, aos objetivos insculpidos no artigo 1º da Lei nº 12.529/2011.

O poder econômico é aquele resultante da posse dos meios de produção, ocorrendo abuso de poder econômico em determinados setores quando estes são dominados por um indivíduo ou um pequeno grupo de tal forma a evitar que outros agentes possam dispor desses meios de produção. Diante dessa questão, o Estado Liberal, que tem por fundamento a livre concorrência, deveria intervir para evitar ou suprir o abuso. (SILVA, 2014, p. 66).

Nesse sentido, as bases constitucionais que fundamentam o caráter instrumental da disciplina da concorrência no ordenamento jurídico pátrio, abarcam objetivos mais amplos do que a singela garantia do livre mercado. Asseguram que os agentes econômicos possam atuar em um ambiente com incentivos de competição, inovação e, inclusive, satisfação de demandas, resguardando o processo competitivo e, principalmente, impedindo o engessamento de mercados por agentes com grande poderio econômico.

---

<sup>8</sup> A principal referência é o movimento criado na Europa e que também aparece nos EUA denominado *Right to repair*. Criado para melhorar a visibilidade e assegurar o futuro do setor de reparação independente, esse movimento reúne uma vasta gama de agentes independentes e representantes de consumidores motoristas para a defesa do direito dos consumidores de terem seus veículos atendidos, mantidos e reparados em oficinas de sua escolha. Também tem como objetivo garantir que essas oficinas também possam ter acesso aos equipamentos e informações necessárias à manutenção veicular.



Sendo assim, embora a Constituição Federal estabeleça como fundamento a livre iniciativa e como princípio a livre concorrência, as políticas de defesa da concorrência atuam pontualmente, coibindo comportamentos danosos à sociedade como um todo e orientando os agentes no mercado.”

O presente trabalho busca, por meio da análise da atuação repressiva das normas antitruste, identificar possíveis exercícios anticompetitivos no *aftermarket* automotivo. Além disso, a investigação também lançará mão da Análise Econômica do Direito, na medida em que sugere, como um<sup>9</sup> dos parâmetros de justiça das decisões das autoridades administrativas e judiciais, a ideia de eficiência. Segundo Lara (2008), a ideia de eficiência econômica constitui um parâmetro reduzido para que a Análise Econômica do Direito possa desenvolver seu método investigativo. Com efeito, as normas jurídicas serão examinadas sob a ótica da eficiência econômica, podendo somente ser consideradas adequadas se promoverem uma utilização mais eficiente dos bens econômicos.

Em relação a denúncias envolvendo a possível cartelização empreendida por fabricantes de autopeças, a questão já foi objeto de exame de estudos estrangeiros (BIRD & BIRD, 2012; CONNOR, 2013). A respeito dos efeitos decorrentes da relação entre concessionárias e montadoras, a literatura já abordou questões submetidas à análise do CADE (HORTEL, 2004; GOLDBAUM, 2005; BORGES, 2013; MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013). Por fim, as condutas relacionando a interface entre os direitos de propriedade intelectual e as normas de defesa da concorrência também foram foco de estudos que buscaram demonstrar seus efeitos para o mercado (MELO, 2008; GRAU-KUNTZ, 2009; HAWKER, 2010; SILVEIRA, 2010; FERREIRA, 2012).

Em geral, no entanto, os estudos mencionados se restringem a apontar as práticas de determinado setor da cadeia do *aftermarket*, sem, contudo, estabelecerem a interconexão entre os agentes e cadeias que compõem o mercado e seus respectivos impactos, principalmente para o consumidor final, aqui entendido como o proprietário do veículo ou o frotista.

O presente trabalho procura, portanto, reunir o conjunto das principais condutas levadas à apreciação do CADE envolvendo o mercado secundário automotivo brasileiro. Para tanto, é dividido em mais quatro capítulos além desta seção introdutória e da conclusão.

No próximo capítulo, trata-se mais detalhadamente do que vem a ser o *aftermarket* automotivo, a partir da colheita de dados que revelam seu papel estratégico na economia nacional, bem como a identificação dos agentes e da interação entre eles no mercado. E nos

---

<sup>9</sup> Observa-se que o parâmetro principal que deverá nortear as soluções é a dignidade da pessoa humana, porquanto se mostra impossível entender a política econômica se não se considera a dignidade humana (FONSECA, 2002).

capítulos seguintes, serão apresentadas possíveis condutas empresariais com potencial efeito anticompetitivo envolvendo os agentes que figuram no mercado em epígrafe. A intenção é que o leitor possa, primeiro, compreender o mercado, para, no momento da análise das condutas, vislumbrar melhor se resultam ou não em efeitos danosos.

## 2 O QUE É O *AFTERMARKET* AUTOMOTIVO: ANÁLISE DO SETOR

A indústria automobilística está segmentada em dois grandes mercados, primário e secundário, e a divisão condiz com a própria característica do automóvel: um bem durável adquirido na expectativa de que venha a ser utilizado por um período razoavelmente longo (GRAU-KUNTZ, 2007a), daí ser necessário realizar manutenções periódicas. Enquanto o mercado primário diz respeito à venda do veículo, ou seja, o produto primário, o secundário se refere aos serviços pós-vendas<sup>10</sup>.

Ainda que o estudo se proponha a analisar o mercado secundário automotivo, ou seja, o mercado de reparação (aqui entendido como pós-vendas, *independent aftermarket*, IAM, ou simplesmente *aftermarket*), a busca por uma definição de setor automobilístico que possa atender a todos os casos, além de se mostrar tarefa hercúlea, também é infrutífera. Isso porque, na análise de cada conduta empresarial, está-se diante de mercados relevantes distintos, com características e dinâmicas próprias, ainda que dentro da faixa delimitada pelo estudo.

O *aftermarket* automotivo compreende vasta porção do mercado, abarcando as atividades relacionadas à manutenção do automóvel após sua venda inicial, até o fim de seu ciclo de vida. Entre elas, as mais relevantes são a revenda de peças e os serviços pós-venda, geralmente posteriores ao período de garantia fornecido pelas montadoras<sup>11</sup>, incluindo não apenas peças de reposição, como também acessórios, quaisquer serviços inovadores adicionais que visam otimizar a utilização do veículo, bem como os equipamentos destinados ao reparador profissional. (CAPGEMINI, 2010).

Entretanto, para fins de delimitação do estudo, debruçar-se-á sobre dois mercados específicos: o mercado de autopeças utilizadas na reparação (mercado de reposição, com extensa capilaridade e agentes dispostos em diversas cadeias) e o mercado de equipamentos destinados aos reparadores dos veículos. O mercado de autopeças é mais complexo e apresenta

---

<sup>10</sup> É possível encontrar a mesma divisão em diversos mercados, como apontado por Grau-Kuntz (2007a, p. 149): “O aparelho manual de barbear, por exemplo, é um produto primário. Por sua vez, a lâmina de barbear, um produto em geral adquirido como consequência da aquisição do aparelho de barbear, é o chamado produto secundário. O rol de produtos secundários é extenso, estando presente, por exemplo, nos filmes de máquinas fotográficas, nos cartuchos de tintas para impressoras, nos filtros de coar café, nas escovas para os aparelhos elétricos de escovar os dentes, nas peças de reposição de automóveis, nos sacos de aspirador de pó, entre muitos outros”. O termo *aftermarket* será utilizado para descrever mercados de produtos complementares que são adquiridos subsequentemente a outros produtos. Há exemplos comuns de *aftermarket* em diversos setores da economia, tanto em mercados de bens duráveis (i.e., peças e serviços automotivos, objetos de análise de presente trabalho), quanto nos de bens de consumo (i.e., lâminas de barbear). (GRAU-KUNTZ, 2007a).

<sup>11</sup> A competitividade no setor se inicia, de fato, com o término do período de garantia fornecido pelas montadoras, que pode estar condicionado a tempo (de um a cinco anos) ou quilometragem percorrida (geralmente até 100.000 km rodados), momento o qual o consumidor opta por continuar realizando as manutenções nas redes autorizadas ou por direcioná-las para o setor independente. (CELESTINO, 2014).

maior número de elos e agentes atuantes. Por outro lado, o mercado de equipamentos é mais bem definido, optando-se pelo estudo da área de *softwares* destinados à manutenção, o que o torna mais restrito, porém não menos importante. A análise desse segundo mercado será mais bem detalhada quando da análise das condutas envolvendo possíveis barreiras à entrada de concorrentes, derivadas de abusos de direitos de propriedade intelectual.

Com efeito, o setor está disposto em diversas camadas, com agentes e estrutura distintos para cada tipo de peça/serviço e para cada tipo de automóvel produzido. O lançamento de novos modelos de veículos inaugura diversos nichos no mercado automobilístico, da produção à reparação, acirrando cada vez mais a disputa entre os *players* que compõem a cadeia. Assim, a existência de diversos fabricantes é positiva para o mercado, pois contribui para um ambiente competitivo e eficiente para o consumidor. (ARAÚJO JR., 2006).

A proteção concorrencial desse setor, que afeta direta e indiretamente a vida de milhões de consumidores, há décadas está na pauta de discussões de autoridades antitruste estrangeiras, notadamente estadunidenses e europeias. No Brasil, o setor automotivo (principalmente o *aftermarket*) não é assunto muito estudado e difundido<sup>12</sup>, o que não condiz com sua verdadeira importância frente às crescentes demandas impostas pelo mercado consumidor, não apenas em função do aumento da frota circulante, mas também em relação ao papel que o parque industrial brasileiro representa na cadeia produtiva global. Para que se possa dimensionar a importância do *aftermarket* e aferir os efeitos positivos de um ambiente de livre concorrência no setor, é importante delimitar o que vem a ser esse mercado pós-vendas, qual seu papel estratégico e sua relevância para o desenvolvimento econômico de uma economia de mercado.

## 2.1 Importância econômica e estratégica do setor

Em um cenário de constante instabilidade do mercado automobilístico primário, muito em função dos reflexos desencadeados com a crise financeira de 2008<sup>13</sup>, o setor de reposição ganhou cada vez mais espaço no cenário nacional e internacional. Um dos principais fatores

---

<sup>12</sup> Ainda que se possa observar um aumento das discussões nos últimos anos, notadamente em função da repercussão do chamado “caso Anfape” (Processo Administrativo nº 08012.002673/2007-51) (CADE, 2016j) e o enrijecimento no combate a cartéis, as discussões acerca do *aftermarket* automotivo ainda estão muito restritas a canais especializados, muitas vezes longe do alcance do consumidor. Vale destacar que o Brasil possui mercado bastante competitivo mundialmente, com grande número de empresas enquadradas no padrão mundial de qualidade.

<sup>13</sup> O que parecia ser uma crise restrita aos Estados Unidos se espalhou para todo o mundo, atingindo, além do sistema financeiro, todos os segmentos produtivos da economia, incluindo o setor automotivo e toda sua cadeia produtiva, provocando falências e elevando prejuízos de empresas como General Motors, Chrysler, Ford, Honda, Toyota e outras montadoras em todo o mundo. (PIMENTA, 2012, p. 97).

que explica esse movimento é o fato de que, se o consumidor não troca de carro e permanece mais tempo com seu veículo, necessitará proceder a um maior número de manutenções. Por conseguinte, o setor de reposição sempre reage quando há queda de vendas no mercado primário.

Todavia, não se está diante de uma proporcionalidade inversa, na qual, à medida que um mercado sobe, o outro sofre queda. Embora existam relações entre eles, quando o *foremarket* caminha bem, o mercado secundário também cresce, já que se está diante de bens duráveis, que necessitam de revisões periódicas, tendo em vista que tanto a conservação quanto o desempenho do veículo estão condicionados a sua correta manutenção.

De forma complementar ao aumento da frota circulante e ao crescimento do número de marcas que atuam no país<sup>14</sup>, observa-se, igualmente, uma elevação da idade média dos veículos, conforme demonstrado na Tabela 1. Essas expansões constituem, portanto, os principais fatores que oxigenam a cadeia produtiva no setor de reparação, representando, assim, fator de suma relevância.

Tabela 1 – Idade média da frota circulante brasileira

<b>Segmento</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Automóveis	8 anos e 7 meses	8 anos e 6 meses	8 anos e 7 meses	8 anos e 9 meses	9 anos
Comerciais leves	8 anos e 1 mês	7 anos e 10 meses	7 anos e 7 meses	7 anos e 7 meses	7 anos e 10 meses
Caminhões	9 anos e 7 meses	9 anos e 6 meses	9 anos e 5 meses	9 anos e 5 meses	9 anos e 9 meses
Ônibus	9 anos e 4 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 2 meses	9 anos e 2 meses	9 anos e 6 meses
<b>Total</b>	<b>8 anos e 7 meses</b>	<b>8 anos e 6 meses</b>	<b>8 anos e 6 meses</b>	<b>8 anos e 8 meses</b>	<b>8 anos e 11 meses</b>

Fonte: Adaptado de Sindipeças e Abipeças (2016b).

Aliado à maior durabilidade dos automóveis, observa-se um aumento gradativo da cultura do consumidor brasileiro na manutenção preventiva em detrimento da corretiva<sup>15</sup>, na

<sup>14</sup> A frota circulante brasileira está predominantemente concentrada em cinco Estados: São Paulo, com 36,8% do total; Minas Gerais, 10,4%; Rio de Janeiro, 9%; Rio Grande do Sul, 8,5%; e Paraná, com 8,1%. Juntos, esses cinco Estados somam 72,8% de todos os veículos que transitam no País. (SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS, 2016b, p. 1).

<sup>15</sup> Sobre o tema: A manutenção preventiva representa uma redução média de 30% dos custos em relação à corretiva, além de garantir ao proprietário uma flexibilidade do seu tempo sem o veículo. No Brasil, vale destacar ações como a do GMA (Grupo de Manutenção Automotiva), formado por entidades que compõem o setor, dentre elas o Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores), Andap (Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças), Sindirepa Nacional (Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios), dentre outros - que criou, em 2008, o Programa 'Carro 100%/ Caminhão 100%/ Moto 100%' que visa conscientizar o motorista sobre a importância da manutenção preventiva do veículo para garantir mais segurança no trânsito, redução de emissão de poluentes e consumo de combustível. O programa consiste em

medida em que os custos com manutenção integram cada vez mais a programação dos gastos familiares, o que era observado de forma mais tímida anteriormente, já que antes parcela significativa dos consumidores preferia trocar de carro em um período mais curto. Essa mudança pode ser explicada por alguns fatores.

O primeiro, já destacado no início desta subseção, diz respeito às próprias oscilações do mercado, que muitas vezes inviabilizam a troca do veículo pelo consumidor, que possui outras despesas prioritárias, o que o leva à manutenção de seu automóvel usado cotidianamente. O fator segurança, elemento-chave dentro do setor de reparação, é o segundo fator. O número de itens que contribuem para reduzir acidentes tem aumentado a cada modelo lançado no mercado, assim como a necessidade de manutenção desses novos dispositivos. Com efeito, um plano de revisão periódica dos componentes contribui para o funcionamento pleno do conjunto mecânico que integra o automóvel.

Entretanto, muitos consumidores não conseguem arcar com os custos de manutenções periódicas de seus veículos ou compreender a importância delas ou da possibilidade de se envolverem em acidentes e, conseqüentemente, necessitarem de reparos. Portanto, pode-se afirmar que o nível de assimetria de informações<sup>16</sup> nesse mercado constitui ponto relevante, uma vez que grande parcela dos consumidores, ao adquirirem um automóvel, não possui plena ciência das condições do mercado de reposição, a ponto de isso alterar suas decisões de compra. (CADE, 2010).

Outro fator apontado em voto proferido pelo Conselheiro Carlos Ragazzo, oportunidade em que empreendeu análise do mercado secundário automotivo (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2007), consiste no superotimismo dos consumidores em relação a suas escolhas no mercado. Citando estudos de economia comportamental, Ragazzo afirma que grande parte da população tende a ser demasiadamente otimista quanto à possibilidade de ter de repor alguma peça, em razão de acidente ou de uso intenso. Mesmo assim, pode-se afirmar que o consumidor atual tem acesso a maior número de canais (revistas, *websites*, programas de rádio e televisão), que fornecem informações úteis a respeito da importância da manutenção veicular, tornando-o mais exigente em suas escolhas, desde a compra do veículo, no mercado primário, até no mercado secundário. Além disso, o crescente número de *recalls* realizados no país demonstra o

---

diversas ações para sensibilizar o proprietário do veículo, divulgação na imprensa com dicas de manutenção e conteúdo e informação sobre orientação para o motorista, além de avaliações gratuitas. (PROGRAMA..., s/d).

<sup>16</sup> “Em Economia, informação assimétrica, ou assimetria de informação, é um fenômeno que ocorre quando dois ou mais agentes econômicos estabelecem entre si uma transação econômica em que uma das partes envolvidas detém por tal meio informações qualitativa e/ou quantitativamente superiores aos da outra parte. Essa assimetria gera o que se define, na microeconomia, como falhas de mercado.” (MARQUES *et al.*, 2012, p. 3).

enrijecimento dos órgãos de defesa do consumidor, que exigem dos fabricantes um cuidado cada vez maior com itens de segurança<sup>17</sup>.

A influência de novas legislações, como a inspeção veicular de emissões de poluentes, atualmente suspensa<sup>18</sup>, mas que vigorou no estado de São Paulo entre 2010 e 2014 (FÁBIO, 2015), onde está concentrada parte significativa da frota nacional, também é considerada fator relevante. A elaboração de normas como essa pode contribuir para a mudança de hábito dos motoristas brasileiros, estimulando-os a terem mais cuidados na manutenção dos veículos.

O desenvolvimento na produção de peças de reposição, impulsionando o mercado e também seu faturamento, seja para execução de reparos (manutenção corretiva) ou manutenção preventiva, diminui o tempo médio dos veículos nas oficinas. Esse fato, por si, é capaz de elevar a satisfação do consumidor, além de reduzir o número de novas demandas judiciais.

Conforme dados de 2014, o mercado brasileiro de reposição movimentou R\$ 106 bilhões, com crescimento nominal de 1,7% em relação ao ano anterior. Cerca de 64% do faturamento é originado das vendas de peças, partes e acessórios para veículos leves e 36% das vendas para veículos pesados (IBPT, 2015). Em 2015 e 2016, o mercado automobilístico como um todo enfrentou retração, que atingiu também o *aftermarket*, especialmente em função da conjuntura econômica vivenciada no país no período<sup>19</sup>.

Diante de um cenário de incertezas e na busca por novos nichos, até mesmo as montadoras, que focam sua produtividade na venda do veículo, estão vislumbrando vantagens em investir no mercado secundário. Conforme assinala José Tavares de Araújo Jr. em parecer técnico, o *aftermarket* tem se mostrado cada vez mais atraente para as montadoras, particularmente por dois motivos: as receitas ali auferidas contribuem para a amortização dos investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) realizados nos novos modelos, e a acirrada competição observada entre elas no setor de reparação não ocorre na mesma proporção

---

<sup>17</sup> Nesse sentido, a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Cidadania (Senacon/MJC) e o Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), do Ministério das Cidades, elaboraram um relatório destacando o aumento do número de *recalls* nos últimos anos e a relevância da atuação articulada e interdisciplinar para a garantia da segurança dos veículos que rodam no Brasil. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E CIDADANIA; MINISTÉRIO DAS CIDADES, 2016).

<sup>18</sup> No segundo semestre de 2016, o Sindirepa-SP entrou na justiça com Ação Civil Pública contra a Prefeitura de São Paulo, solicitando a volta da inspeção ambiental veicular na cidade de São Paulo. O processo está em andamento. A entidade busca demonstrar os benefícios para o trânsito, a redução de acidentes e o meio ambiente com a implantação da inspeção veicular de forma mais ampla, abrangendo, além de emissões, itens de segurança dos veículos. (SINDIREPA, 2016).

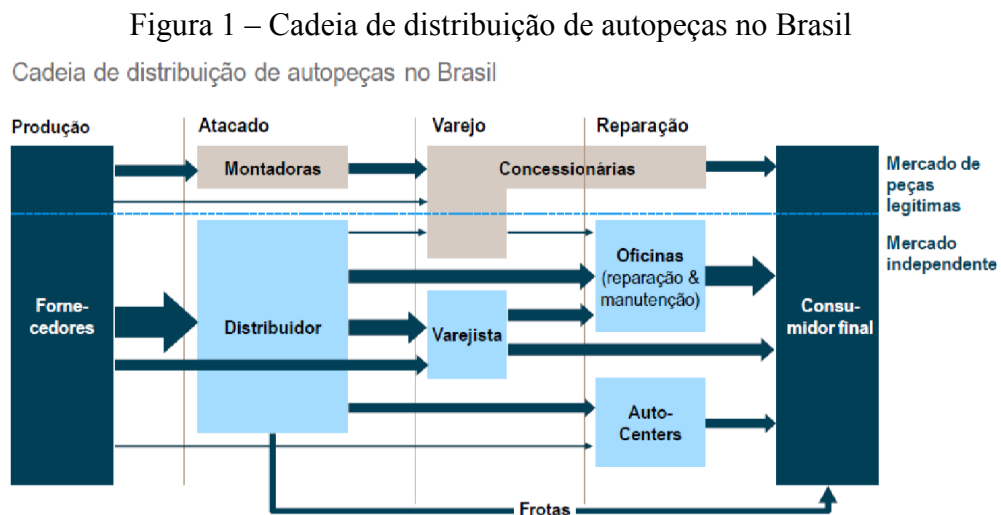
<sup>19</sup> De acordo com o Relatório da Pesquisa Conjuntural, elaborado pelo Sindipeças, restou demonstrada uma “queda de 8,71% no faturamento líquido nominal no acumulado de janeiro a maio de 2016, em relação ao resultado de janeiro a maio de 2015. Nesse período, o faturamento líquido nominal das vendas para montadoras apresentou queda de 17,11%. Por outro lado, as vendas para os mercados de reposição e intrassetorial apresentaram alta de 1,57%” (SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS, 2016c; 2017).

que no mercado primário mercado, sendo que “as dimensões de seus respectivos nichos monopolistas são proporcionais às vendas pretéritas no mercado primário” (ARAÚJO JR., 2006, p. 2).

Conhecido o cenário geral da limitação temática, a seguir serão apontados a estrutura e os atores principais do *aftermarket* brasileiro.

## 2.2 Estrutura e principais agentes que compõem o setor

A atual cadeia de produção e distribuição do *aftermarket* brasileiro apresenta a seguinte configuração (Figura 1):



Fonte: Berger (2014, p. 13).

Como se pode observar, o mercado é complexo. Somente no Brasil, cerca de 314.900 empresas atuam no mercado de reparação automotiva, sendo 59,98% de comércio atacadista e varejista de peças, partes e acessórios novos para veículos, 36,5% de oficinas mecânicas e 3,52% de atacadistas e varejistas de veículos novos (concessionárias) (IBPT, 2015).

O setor é composto por empresas que atuam nos quatro principais eixos da cadeia, quais sejam: produção, atacado, varejo e reparação. As montadoras representam 8,22% do faturamento da reposição e vendem seus produtos para as concessionárias de veículos. Os distribuidores atacadistas têm faturamento de 31,46% do mercado de reposição e, por sua vez, vendem para as empresas varejistas, oficinas e frotistas (empresas que possuem frota própria ou terceirizada de veículos). Já as empresas varejistas representam 60,32% do faturamento do mercado da reposição e vendem diretamente para os proprietários de veículos, como também para as seguradoras. (IBPT, 2015).



Em cada um dos eixos da cadeia produtiva do *aftermarket*, é possível indicar seus principais agentes: (i) o primeiro eixo, produção, é composto pelos fabricantes de autopeças (fornecedores); (ii) no eixo do atacado, estão as montadoras e as distribuidoras de autopeças; (iii) no terceiro eixo, varejo, as concessionárias, as próprias distribuidoras e as lojas de autopeças; (iv) e, por fim, no quarto eixo, encontram-se as concessionárias, em competição com oficinas mecânicas e centros automotivos (*autocenters*). Nesse ponto, de todos os agentes que atuam no mercado, cada um será apresentado na sequência.

### **2.2.1 Fabricantes de autopeças**

Na indústria de autopeças, os fabricantes de componentes assumem papel de suma relevância na tomada de decisões estratégicas, ao lado das montadoras. Qualquer definição que busque reduzir a referida indústria a um mercado agregado de produtos constitui equívoco e afeta diretamente a correta avaliação setorial. Quando se examina o mercado de autopeças, pode-se perceber que os componentes são distintos e cada um deles tem aplicação e processos produtivos próprios, que demandam competências e requisitos tecnológicos heterogêneos. Some-se a isso o fato de que essas competências e requisitos podem apresentar maior ou menor avanço tecnológico no país e que cada peça, componente ou sistema possui uma escala ótima de produção. Disso dependerá a intensidade da distribuição mundial, significando o emprego de logísticas diferentes. (BARROS; CASTRO; VAZ, 2015).

A indústria automotiva é a “indústria global” prototípica. Ou seja, seus métodos de *sourcing* (gerenciamento e seleção de fornecedores) são praticamente idênticos em mercados com montagem automática significativa, tais como América do Norte, Europa, Japão, China, Brasil e outros. Os protagonistas são os fabricantes de autopeças – de perfil bastante heterogêneo. De acordo com Daniel Chiari Barros, Bernardo Hauch Ribeiro de Castro e Luiz Felipe Hupsel Vaz (2015), o setor em comento é caracterizado como uma cadeia produtiva essencial para o complexo automotivo, já que se incumbe de grande parte do desenvolvimento tecnológico, que pode ocorrer por requisição das montadoras ou por inovações e aprimoramentos independentes.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Conforme apontado por Gearino (2015), no início do século XX, as montadoras produziam suas próprias peças, em uma estrutura hierarquicamente verticalizada. Esse modelo de fornecimento foi se alterando, à semelhança de um modelo oriundo das montadoras japonesas denominado *keiretsu*, consistente em redes de fornecedores interligados que compartilhavam custos e riscos. Em alguns casos, as montadoras chegavam a ter a propriedade dos fornecedores. Esse sistema perdurou por várias décadas até que, no final dos anos 90 e início dos anos 2000, essa interligação começou a se enfraquecer. Os fabricantes de automóveis tornaram-se mais agressivos no processo de cotação de peças dos fornecedores, pressionando-os para que reduzissem os custos, ao ponto de reduzir a margem de lucro das fornecedoras, influenciando a prática de conluios entre concorrentes.

De acordo com o Sindipeças, a indústria de autopeças emprega atualmente cerca de 164 mil trabalhadores no Brasil, número bem abaixo do registrado em 2010, quando alcançou 230 mil trabalhadores. A recessão econômica observada a partir de 2014 fez com que o número decaísse para a margem atual. (DEPARTAMENTO DE PESQUISAS E ESTUDOS ECONÔMICOS DO BRADESCO, 2017)

Traçando um breve panorama do surgimento do setor de fabricação de autopeças no Brasil, constata-se que ele data do início do século XX, quando da implantação das oficinas de reparo dos primeiros automóveis importados. Durante o período da 2ª Guerra Mundial e posteriormente, essas oficinas se transformaram em fabricantes nacionais de peças<sup>21</sup>, com o objetivo de suprir as dificuldades de importação dos produtos (PINTO, 2003). As então novas empresas fornecedoras de autopeças atendiam o mercado com produtos de baixa complexidade, sendo que as peças e componentes mais complexos eram todos importados pelos fabricantes de seus países de origem.

Após os anos 1950, a instalação de plantas montadoras cresceu devido a incentivos governamentais à nacionalização dos veículos.<sup>22</sup> A título de exemplo, em 1955, elas já somavam 520 fabricantes. (PINTO, 2003).

Conforme apontado por Geraldo Augusto Pinto (2003), somadas às políticas governamentais de fomento à indústria automobilística, a partir da década de 1960 as montadoras começaram a reduzir custos de componentes (por meio de uma mescla de verticalização da produção e de ampliação do número de fornecedores para componentes), que, junto à estratégia de realocização das plantas produtivas no plano internacional, resultou em mudanças significativas na indústria automobilística global. Por conseguinte, a indústria nacional foi se consolidando com as mudanças que buscaram fomentar a competitividade, como a queda nos preços. (SATOMI; RODRIGUES, 1997).

A expansão do parque automobilístico brasileiro caminhou bem até o início da década de 1980, apesar dos estímulos às importações, o que já ocorria desde o final da década de 1970. A retração econômica observada durante os anos 1980 fez com que grande parte das empresas

---

<sup>21</sup> Nesse período, surgiram no país grandes empresas, destacando-se a VARGA (fundada em 1945, em Limeira, SP, fabricando componentes para os sistemas de freios,) a METAL LEVE S.A. (fundada em 1950 em São Paulo, com a produção de pistões), a Metalúrgica LEVORIN S.A. (1951, fabricante de acessórios), a COFAP (Companhia Fabricante de Autopeças, paulista, desde 1951 a fabricar anéis de pequeno porte), a FRANSCISCO STEDILE S.A. (1954, Rio Grande do Sul, produtora de componentes para freios), entre outras. (SATOMI; RODRIGUES, 1997, p. 7-9).

<sup>22</sup> De acordo com Marta da Silveira Luedemann (2003, p. 97), alguns dos principais incentivos que impulsionaram a indústria automobilística pátria na década de 1950 foi a criação da Comissão de Desenvolvimento Industrial – CDI (através do Decreto nº 29.806, de 25 de julho de 1951) e o papel relevante exercido pela Subcomissão de Fabricação de Jipes, Tratores, Caminhões e Automóveis, vinculada à CDI, na adoção de políticas de controle de importações.

direcionasse suas atividades para o mercado externo, o que causou uma mudança estrutural no sentido de atender a padrões de qualidade antes não observados no mercado interno. A busca por novos mercados e o atendimento às exigências de clientes também revelaram as deficiências do parque industrial pátrio, com tecnologias consideradas defasadas. O quadro passou a ser alterado a partir da década de 1990, frente à abertura do mercado nacional, as importações exerceram papel importante para que as empresas fabricantes de autopeças pudessem investir em novas tecnologias a fim de acompanhar o ritmo de crescimento tecnológico do setor automotivo. (PINTO, 2003).

Em relação à estrutura produtiva e às características dos fabricantes, pode-se dividir o parque de autopeças brasileiro basicamente em dois grupos distintos. De um lado encontram-se as empresas de grande porte (denominadas sistemistas, ou nível 1<sup>23</sup>), geralmente de capital estrangeiro. Do outro, os fabricantes de menor porte (níveis 2 e 3), que produzem forjados, fundidos, estampados, trefilados, plásticos, artefatos de borracha, produtos não metálicos, predominando no Brasil as empresas de capital nacional, apesar do crescimento significativo das importações<sup>24</sup>.

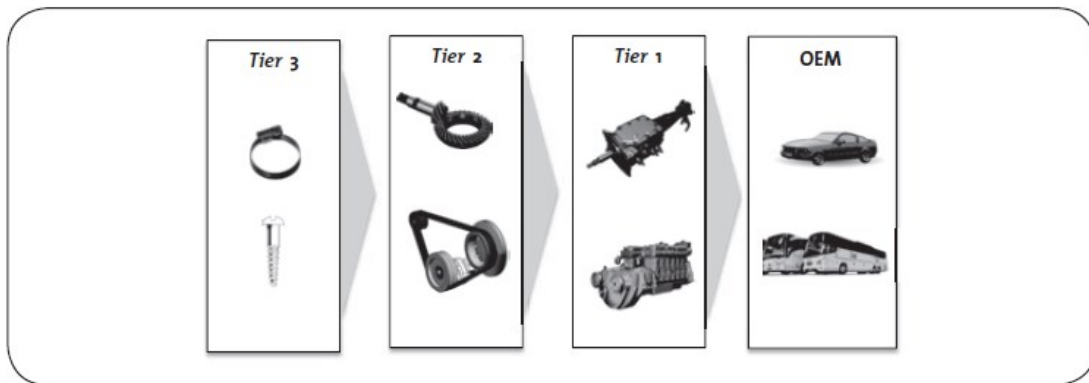
A divisão acima descrita pode ser mais bem explicada por meio da análise dos níveis, denominados *tiers* ou camadas de fornecedores, divisão que se vincula à posição na cadeia de produção automotiva. O *tier 1*, também conhecido como sistemista, oferta o sistema completo diretamente às montadoras. “O *tier 2*, fabricante de conjuntos, comercializa majoritariamente para os *tier 1*. O *tier 3*, fabricante de componentes e/ou peças, destina seus produtos, em geral, aos *tier 2*. Com menor frequência, o *tier 2* e o *tier 3* podem, ainda, fornecer direto às montadoras” (BARROS; CASTRO; VAZ, 2015, p. 169). Além das vendas para as montadoras e intrasetor, os mercados de reposição, exportação e intersetorial complementam as possibilidades de negócios para as empresas. Há ainda um grupo de autopeças que não consegue alcançar o mercado de veículos novos, concentrando-se apenas nos mercados de reposição e, eventualmente, nos de exportação e intersetorial.

A Figura 2 a seguir aponta, de modo simplificado, a cadeia de produção das montadoras (OEM).

<sup>23</sup> Nesse nível, encontram-se gigantes do mercado mundial, tais como: Bosch, Delphi, Magneti Marelli, Mahle, ZF, Valeo, Dana, TRW, Siemens, Schaeffler, Saint Gobain, Sabó, entre outras.

<sup>24</sup> No segundo nível, destaca-se a atuação de empresas de renome nacional, como: Radiadores Visconde, Metisa, Mecaplast, Kostal, Haldex, entre outras. (BRASIL, s/da).

Figura 2 – Esquema simplificado da cadeia de produção OEM<sup>25</sup>



Fonte: Barros, Castro; Vaz (2015, p. 169).

Na cadeia indicada, “os sistemistas ficam locados no chão de fábrica das montadoras ou nas proximidades e fornecem sistemas completos de peças para montagem do automóvel” (DEPEC, 2017, p. 17). Essas empresas são sofisticadas tecnologicamente, custeiam o projeto, desenvolvem o produto, gerenciam o suprimento de componentes e fornecem os subconjuntos, testados e prontos para a instalação. O estoque, em geral, é do fornecedor, uma vez que o faturamento da peça só ocorre depois de sua instalação. (DEPEC, 2017).

O que se observa entre as sistemistas é o frequente surgimento de “megaforneadores”. Em função dessa transferência e da busca por fornecimento de produtos de valor agregado cada vez mais elevado, surgem grandes fornecedores de base global – de capacitação em ampla faixa de produtos – e um conjunto de outras empresas que, buscando oferecer sistemas cada vez mais abrangentes, apresentam rápido crescimento, principalmente por meio da compra de outros fabricantes. (SANTOS; PINHÃO, 2000).

Já as empresas dos segundo e terceiro níveis fornecem peças principalmente para as sistemistas, podendo contratar empresas de terceiro ou quarto nível para o suprimento de peças e materiais isolados. Também atuam no abastecimento do mercado de reposição, sendo que algumas se concentram tão somente nesse mercado, apresentando elevada dependência a ele. As empresas que compõem o segundo nível fabricam peças com pouca tecnologia e não estão instaladas no parque da montadora, podendo perder o mercado facilmente para o concorrente. Além disso, apresentam “problemas financeiros, defasagem tecnológica e margens de lucro estreitas em virtude, entre outros fatores, de custos altos relacionados à ineficiência, de sua

<sup>25</sup> “OEM” ou *Original Equipment Manufacturer*: mercado de fabricantes de equipamentos originais. O setor Automotivo OEM é composto por grandes empresas, conseqüentemente dotadas de maior poder de barganha, e cujo processo de compras envolve a comparação de propostas de cotação de outros fabricantes (conhecidos como “pedidos de cotação” ou “solicitações de propostas”).

posição desfavorável na cadeia automotiva e da acirrada concorrência internacional” (BARROS; CASTRO; VAZ, 2015, p. 169).

De forma a analisar todos os níveis empresariais do setor, o presente estudo toma por base dados estatísticos da indústria coletados de algumas das entidades relacionadas<sup>26</sup>, dando especial enfoque ao anuário do setor de autopeças fornecido pelo Sindipeças em parceria com a Abipeças, principais representantes da indústria no país, intitulado “Desempenho do setor de autopeças 2016” (SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS, 2016). Importante destacar que muitos outros estudos sobre o setor são balizados em pesquisas fornecidas pelos entes que representam a indústria<sup>27</sup>.

Em relação à produção regional no Brasil, sua concentração se dá em especial no estado de São Paulo. Em 2015, das 616 unidades empresariais associadas ao Sindipeças, 417 se localizavam nessa unidade da Federação, 67,7% do total. Outros estados com participação relevante no faturamento são: Minas Gerais (12,2%), Rio Grande do Sul (5,4%), Paraná (4,5%) e Santa Catarina (4,1%). Os demais apresentam participação inferior a 3%. (SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS, 2016a).

Os custos de produção variam conforme o item produzido. No entanto, as médias podem ser apuradas da seguinte forma: 58% corresponde à matéria-prima (com itens cujos preços são influenciados pelo câmbio, tais como alumínio, cobre, aço, plástico, borracha, componentes eletrônicos e tintas), 21% à mão de obra e 21% a outros custos (energia elétrica, por exemplo).

O setor nacional possui diversas particularidades, mostrando-se necessário observar a participação estrangeira e as exportações. De acordo com o Sindipeças e a Abipeças:

O setor tem forte presença de empresas estrangeiras, que respondem por cerca de 69% do número total de empresas. Entre elas, 24% têm matriz nos Estados Unidos e 21% na Alemanha, sendo estes importantes destinos das exportações brasileiras. Isso significa dizer que as empresas desses países fazem do Brasil uma base de exportação para seus mercados, em razão do baixo custo da mão de obra nacional. As demais multinacionais são de diversos países, destacando-se países da Europa e Japão. (SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS, 2016a, p. 16).

A exportação na modalidade direta é, em geral, adotada pelas grandes empresas, de característica sistemista, sendo que parte das autopeças é enviada pelas próprias montadoras. “Embora seja pouco representativo em termos de volume, há a presença de *trading companies*

<sup>26</sup> No que diz respeito à representatividade das empresas, no Brasil as principais entidades que cumprem esse papel no setor são: Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças (Andap), Sindicato do Comércio Atacadista de Peças e Acessórios para Veículos de São Paulo (Sicap), Sindicato do Comércio Varejista de Peças e Acessórios para Veículos no Estado de São Paulo (Sincopeças), Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios (Sindirepa) e Associação Nacional de Fabricantes de Autopeças (Anfape).

<sup>27</sup> É o que ocorreu com o estudo de Barros, Castro e Vaz (2015).

que negociam com os clientes no exterior, facilitando o intercâmbio para empresas de menor porte que teriam maior dificuldade de inserção isoladamente” (BARROS; CASTRO; VAZ, 2015, p. 188).<sup>28</sup> A Tabela 2 mostra os principais países de destino das exportações brasileiras no ano de 2014.

Tabela 2 – Principais países de destino das exportações brasileiras em 2014

Posição	País	Valor (US\$ milhões FOB)	% do total
1	Argentina	2.746,9	27,9
2	EUA	1.274,1	12,9
3	México	753,0	7,6
4	Alemanha	580,4	5,9
5	Países Baixos	457,3	4,6
Subtotal		5.881,7	58,9
Outros		4.041,9	41,1
Total		9.853,5	100

Fonte: Barros; Castro; Vaz (2015, p. 189).

Ainda sobre o setor exportador, cumpre destacar que ele depende do comportamento da taxa cambial, uma vez que as vendas de autopeças para o exterior têm relação fundamental com a exportação prévia de veículos brasileiros. Isso porque diferentes especificações de materiais e montagem podem impedir que as peças sejam utilizadas em automóveis de outra origem. (DEPEC, 2017).

O mercado brasileiro de autopeças e de acessórios registra aumento expressivo das importações desde 2005, considerando o fato de que as próprias montadoras respondem por grande parte das importações de componentes. Tendo isso em vista, a origem das compras externas deve ser analisada, questionando-se quais países (ou regiões) foram capazes de obter maior vantagem com o crescimento do mercado brasileiro, em momento no qual a economia das nações desenvolvidas vem crescendo a baixas taxas. (IEDI, 2011).

Barros, Castro e Vaz (2015), comparando os valores importados em 2004 e em 2014, apontam que a Romênia e os asiáticos Coreia do Sul, Índia, Indonésia, China e Tailândia foram, nessa ordem, aqueles que obtiveram maior crescimento em vendas de peças ao Brasil. Além

<sup>28</sup> De acordo com Barros, Castro e Vaz (2015), em termos de valor exportado, as empresas mais representativas em 2014 foram Pirelli, Tupy, Bosch, Michelin, Mahle, Schaeffler, Goodyear, Bridgestone e ZF, com vendas que superaram US\$ 100 milhões enviados ao exterior. Fras-le, TRW, Delphi, Eaton, Continental, Teksid, Dana, Cummins, KSPG, Iochpe-Maxion, Schulz, AAM, GKN, Denso, WHB, Takata e SKF tiveram valores de exportação variando entre US\$ 50 milhões e US\$ 100 milhões, sendo relevante o fato de que a maioria dessas empresas fabrica componentes para o *powertrain* e pneus, e que Tupy, Fras-le, Iochpe-Maxion, Schulz e WHB possuem capital nacional.

disso, conforme pode ser visto na Tabela 3, em termos absolutos, EUA, Alemanha e China foram os principais países de origem das importações brasileiras em 2014, sendo que, em 2013, o terceiro posto era ocupado pelo Japão.

Tabela 3 – Principais origens das importações de autopeças pelo Brasil em 2014

Posição	País	Valor (US\$ milhões FOB)	% do total
1	EUA	2.047,3	11,8
2	Alemanha	2.006,6	11,6
3	China	1.627,0	9,4
4	Japão	1.549,6	8,9
5	Coreia do Sul	1.511,9	8,7
Subtotal		8.742,4	50,4
Outros		8.602,3	49,6
Total		17.344,7	100

Fonte: Barros; Castro; Vaz (2015, p. 190).

É importante destacar que o aumento no índice de importações também pode ser explicado pelo fato de que muitos fornecedores tradicionais de autopeças do Brasil estão sendo desbancados por meio da estratégia agressiva dos fabricantes do Leste Asiático. “Assim, a Coreia do Sul subiu do décimo lugar como maior fornecedor para o quinto entre 2009 e 2013, e a China ocupa o terceiro lugar, com as autopeças chinesas, de baixo preço e de qualidade duvidosa, invadindo o mercado varejista.” (BRINCO, 2014).

De acordo com Ricardo Brinco (2014), em 2001 houve a materialização dos desafios da balança comercial do setor, com o desestímulo à produção local. Isso decorreu da aplicação, a partir de 2000, do redutor de 40% do imposto incidente sobre as alíquotas de importação para componentes que fossem usados nas linhas de montagem dos fabricantes e nos subconjuntos das sistemistas. Até o ano de implantação, as alíquotas possuíam valor que variava entre 18% e 14%, passando a oscilar entre 10,8% e 8,4% após a mudança<sup>29</sup>.

Diante desse quadro, foi criado em janeiro de 2013 o “Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica e Adensamento da Cadeia Produtiva de Veículos Automotores” (Inovar-Auto), objetivando elevar o índice de nacionalização dos produtos, o que viria a ocorrer por meio da desoneração tributária dos fabricantes que mantêm localmente etapas finais de montagem e que

<sup>29</sup> Com a pressão das montadoras e dos sistemistas, ocorreu a extensão da validade da tarifa reduzida até o fim de 2013. No entanto, houve a diminuição da alíquota de importação incidente sobre 116 itens de autopeças sem similar de fabricação no país e incorporados nas linhas de montagem para 2%, no ano de 2010. Para Brinco (2014), “com tudo isso, não é surpreendente que os automóveis brasileiros tenham, em média, apenas 30% de componentes locais”.

incorporassem, no mínimo, 65% de peças nacionais. Esses fabricantes ficariam isentos da incidência da alíquota maior (30%) do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI), medida que Brinco (2014) entende como benéfica aos automóveis brasileiros, do México e do Mercosul, bem como às autopeças deles importadas<sup>30</sup>.

Mesmo com a previsão dessa solução, o programa tem sido alvo de desaprovação, apontando Brinco (2014) que o Inovar-Auto não tem alcançado seus objetivos. Justificando seu posicionamento, o autor indica que houve rapidez nos procedimentos de certificação da nacionalização dos componentes e dos processos das montadoras, com generalizado reconhecimento do requisito de uso mínimo dos 65%, considerado também para as empresas que possuíam poucas peças nacionais em seus produtos finais. Indica que o conceito elástico de nacionalização adotado, que trata do total das despesas, incluindo custos com publicidade e logística, como parte do conteúdo nacional, é problemático. Ademais, com a atuação das sistemistas no Brasil, fabricando subconjuntos com componentes majoritariamente externos, as autopeças importadas são “maquiadas” e “nacionalizadas”, sendo recebidas como 100% nacionais por conta de sua integração em um único produto. Considerando esses problemas, o autor propõe que o programa preveja medidas compensatórias (BRINCO, 2014).

Mesmo com essas novas discussões, os conflitos são recorrentes e, em relação às importações, é importante destacar o papel exercido pela Câmara de Comércio Exterior (CAMEX), da Presidência da República, que “tem por objetivo a formulação, a adoção, a implementação e a coordenação de políticas e de atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços” (BRASIL, s/db). Nesse sentido, as resoluções referentes a autopeças traçam importantes diretrizes – em especial as sobre o tratamento tributário concedido às autopeças não fabricadas no país<sup>31</sup> (SEBRAE, 2015).

A partir da descrição dos fabricantes de autopeças, o escoamento dos produtos ao longo da cadeia de distribuição seguirá por meio dos agentes que atuam no setor atacadista, que serão apresentados a seguir.

---

<sup>30</sup> O autor aponta, porém, a existência de problemas na determinação da origem real dos componentes. Essas dificuldades têm como origem a prática da triangulação, por meio da qual produtos de nações sem acordos automotivos são introduzidos no país, gozando indevidamente das vantagens tributárias. Um dos pontos de solução, qual seja, a rastreabilidade das importações, que também pode ser entendida como a aplicação do controle do conteúdo local pela aferição da efetiva procedência dos componentes, constante do Inovar-Auto, vem sendo adiado. (BRINCO, 2014).

<sup>31</sup> Entre elas, a Resolução nº 61 – que regulamenta a redução da alíquota do Imposto de Importação na condição de ex-tarifário para autopeças sem produção nacional equivalente, no âmbito do regime de autopeças não produzidas (BRASIL, 2015).



### 2.2.2 Eixo do atacado: montadoras e distribuidoras

A atuação das montadoras no *aftermarket* automotivo ocorre por meio de suas concessionárias, no fornecimento de peças e serviços de manutenção. A venda de peças de reposição, além de representar uma estratégia empresarial, constitui um dever legal. Isso porque, no ordenamento brasileiro, o Código de Defesa do Consumidor<sup>32</sup> estabelece que as montadoras, bem como os importadores têm o dever de assegurar e oferecer os componentes e as peças de reposição do produto adquirido pelo consumidor enquanto estes estiverem sendo fabricados ou importados, e mesmo após, por um período razoável. (PEREIRA, 2012).

O texto de lei vai mais além na necessária proteção do consumidor, visto que, conforme dispõe o parágrafo único do artigo 32, do Código de Defesa do Consumidor, ainda que tenha sido cessada a produção ou a importação do produto, o fabricante ou importador terão de assegurar ao consumidor as peças de reposição por um período razoável de tempo, porém sem apontar o *quantum*, tornando, assim, o conceito indeterminado. Buscando preencher essa lacuna, o Decreto-Lei nº 2.181/1997, no inciso XXI do artigo 13<sup>33</sup>, dispõe que o período razoável nunca pode ser inferior ao tempo de vida útil do produto ou serviço. Todavia, não existe consenso com relação a esse prazo, considerando-se dez anos prazo razoável<sup>34</sup> (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO MATO GROSSO DO SUL, 2016).

Importante destacar o poder das montadoras no mercado secundário. Conforme se analisará nos capítulos seguintes, a atuação das montadoras tende a se dar na modalidade de “organizações típicas de um oligopólio, com alteração constante das regras básicas de convenções, criando formas de aquisições de peças que favorecem conluíus entre fabricantes de autopeças e impondo condições que somente atendem a seus interesses” (PIMENTA, 2012). Tais características serão destacadas nos capítulos que descrevem as condutas empresariais objeto do estudo.

<sup>32</sup> “Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.” (BRASIL, 2007).

<sup>33</sup> “Art. 13. Serão consideradas, ainda, práticas infrativas, na forma dos dispositivos da Lei nº 8.078, de 1990:

[...] XXI - deixar de assegurar a oferta de componentes e peças de reposição, enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto, e, caso cessadas, de manter a oferta de componentes e peças de reposição por período razoável de tempo, nunca inferior à vida útil do produto ou serviço;” (BRASIL, 1997a).

<sup>34</sup> Em agosto de 2013 foi firmado um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) entre o Ministério Público de São Paulo e a Chery Brasil e Importação, por motivo de a importadora não disponibilizar no mercado de consumo peças de reposição dos automóveis da marca em volume suficiente para suportar a demanda do território nacional. Para cumprimento do TAC, a importadora terá que manter em estoque nas concessionárias peças para reposição de veículos da marca pelo período de dez anos até mesmo depois de cessada a produção, comprometer-se com o consumidor em caso de defeitos de fabricação de algum modelo e sanar algum tipo de problemas que o veículo apresentar em prazo determinado. (PROCON, 2014).

Ao mesmo tempo que as montadoras se concentram no fornecimento de peças para suas cadeias de concessionárias, as distribuidoras de autopeças disputam uma fatia de mercado muito mais significativa, pelo menos em volume de agentes envolvidos<sup>35</sup>. Conforme Wesley Nunes e Cléa Martins:

Ao todo, mais de 260 empresas disputam esse mercado no Brasil. São companhias variadas, de pequeno, médio e grande porte. Cada uma com a sua estratégia de consolidação e crescimento próprios.

Os principais clientes são os varejistas e as estratégias das distribuidoras passam pela busca da fidelização destes. Os distribuidores precisam estar em sintonia com os lojistas para compreender as diferenças das várias regiões do País e as oscilações de cada um desses mercados. Há regiões em que a frota tem modelos com mais idade, principalmente no interior dos Estados, e outras, como nos centros urbanos e capitais, que há maior concentração de veículos novos e seminovos. Além disso, alguns mercados são mais carentes de informações técnicas que outros ou precisam de maior suporte financeiro. (NUNES; MARTINS, 2013a).

Entre os gargalos e desafios do setor de distribuição de autopeças no Brasil, a logística é o maior custo de um distribuidor de peças automotivas. Alguns dos atacadistas possuem frota própria e outros terceirizam os serviços de entrega de produtos ao varejo, deixando a operação a cargo de uma transportadora. Para reduzir esses custos, seria necessário investir em novos modais de transporte, como o ferroviário, o que representa uma realidade distante da brasileira. No país, há predomínio do transporte rodoviário, cujos custos, como pedágios, combustível, pneus, Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), manutenção veicular e a hora de trabalho do motorista são elevados. (NUNES; MARTINS, 2013b).

O setor atacadista é de suma relevância para que o varejo do *aftermarket* possa atender o maior número de agentes possíveis, cada um com sua estrutura e características, conforme se demonstrará no próximo item.

### 2.2.3 Varejo

Em relação ao varejo, entendem Raildo A. dos Santos, Augusto de O. Monteiro e Lucas S. Cerqueira que a divisão se dá entre as concessionárias autorizadas pelas montadoras e as chamadas lojas independentes. Segundo os autores, “as primeiras comercializam as chamadas

---

<sup>35</sup> Entretanto, o aumento na concorrência no setor de distribuição de peças tem gerado uma discussão a respeito de uma eventual “quebra de cadeia”, segundo a qual as empresas atacadistas estariam ampliando seu ramo de atuação, ou seja, operando como varejistas para abarcar um maior número de clientes, fato que tem gerado certo distanciamento no relacionamento entre distribuidoras e lojas de autopeças. Segundo o entrevistado por Nunes e Martins, Antonio Carlos de Paula, diretor da Pellegrino Distribuidora, “à medida que a concorrência no canal distribuidor se acirra, muitos passam a atuar em setores que sempre foram tradicionais para os varejistas. E isso é causa de muita insatisfação nos revendedores” (NUNES; MARTINS, 2013a).

peças genuínas e compram diretamente das montadoras. Já as lojas independentes, que são abastecidas pelas distribuidoras de autopeças, atendem praticamente a todos os públicos, das oficinas independentes ao cliente final” (SANTOS; MONTEIRO; CERQUEIRA, 2012, p. 5).

As concessionárias surgiram no Brasil ainda no início do século XX, por meio de agentes que comercializavam veículos até então importados nos centros urbanos mais desenvolvidos. Porém, a partir da década de 1950, com a instalação de parques industriais no país, o setor automobilístico despertou a atenção de empresários para a alocação de recursos direcionada à distribuição de automóveis. Ao mesmo tempo, surgia um mercado paralelo, que comercializava veículos com preços aviltantes e margens de lucros abaixo daquelas praticadas pelas chamadas concessionárias autorizadas.

Porém, entende Luiz José Pimenta que, a partir da Lei Renato Ferrari, em 1979:

[...] foram estabelecidas normas e convenções para o setor, proibindo a venda de veículos fora de uma determinada área de influência do concessionário, com previsão de aplicação de multas e penalidades – dentre outros procedimentos que visavam a inibição da venda de veículos para o mercado paralelo. (PIMENTA, 2012).

A criação das concessionárias implicou um novo sistema de relacionamento entre fabricante e distribuidor, regido por um contrato de concessão. O distribuidor passava a ser um “revendedor autorizado”, independente juridicamente, para que arcasse com seus problemas legais e financeiros, mas dependente do ponto de vista comercial e administrativo, seguindo normas específicas das indústrias. Sua importância tornou-se vital: além de divulgar as marcas, também acompanhava as oscilações dos mercados regionais, a reação aos novos lançamentos e o funcionamento da assistência técnica.<sup>36</sup>

Atualmente, o varejo independente de autopeças, representando aquelas lojas que comercializam produtos automotivos direcionados à reparação, mas que não são concessionárias, apresenta heterogeneidade, com grandes empresas de um lado e pequenos e médios empresários (Micro e Pequenas Empresas – MPE) do outro. O formato da cadeia de distribuição é clássico: inicia-se na produção pelas fábricas, que são intermediadas pelos distribuidores, os quais revendem aos varejistas até chegar aos consumidores finais.

Todavia, como já apontado na subseção anterior, alguns consumidores finais possuem acesso direto aos distribuidores, sem intermédio do varejista. No ramo de autopeças, o cumprimento dessa cadeia apresenta-se desregulado, pois seus principais adquirentes, as

---

<sup>36</sup> A relação entre montadoras e concessionárias e suas implicações para o setor, mais especificamente o mercado de peças para reposição e serviços de manutenção, serão mais bem detalhados no capítulo 4.

oficinas mecânicas e os centros automotivos, obtêm capacidade de barganha em suas compras e conseguem adquirir produtos diretamente dos distribuidores ou de redes de cooperação<sup>37</sup>.

Segundo Antônio Artur de Souza *et al.*, o problema de desregulação na cadeia sofreu tentativa de solução entre os concorrentes, com a construção de redes para estimular vantagens a todos, com negociação conjunta. A essas redes se deu o nome de “redes de cooperação empresarial”, “com o objetivo de unir os pequenos empresários, garantindo-lhes maior capacidade de compras, negociações e trocas de informações (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008)” (SOUZA *et al.*, 2011, p. 2).<sup>38</sup>

A cooperação entre agentes surge, portanto, como alternativa de sobrevivência, ampliação e crescimento no setor. No Brasil, duas redes de maior expoência oferecem esse tipo de alternativa aos varejistas: Âncora<sup>39</sup> e Pit Stop<sup>40</sup>. Cumpre destacar, ainda, que no varejo nacional já estão presentes grandes empresas internacionais, implantando conceitos novos no mercado automotivo, como o formato de “minimercado” e o conceito “faça você mesmo” (*do it yourself* – DIY)<sup>41</sup>. Por conseguinte, a competitividade no setor aumenta devido à realidade das redes e à chegada dos grandes *players* internacionais. O que se observa é que existe um movimento de concentração, como dito pelo presidente do Sincopeças-SP e vice-presidente do

<sup>37</sup> Segundo Kotler (1998), qualquer instituição que realize venda diretamente para o consumidor final, mesmo os fabricantes e atacadistas, está desempenhando funções do varejo. Nesse caso essa esfera do mercado desrespeita a sequência natural do comércio e rouba a parcela de mercado dos varejistas. (SOUZA *et al.*, 2011).

<sup>38</sup> Diante da realidade das redes e franquias, o modelo tradicional de varejo de autopeças apresenta dificuldades em função de dois aspectos que o novo modelo oferece: melhores condições/prazos de pagamento e melhores preços, fatores de suma relevância para definir as melhores estratégias dos agentes no mercado. Enquanto novas redes surgem, o pequeno varejista ainda lida com o dilema de aderir ou não a esses modelos, devido à assimetria de informações a respeito das possíveis vantagens que o novo modelo poderia agregar a seu negócio. (SOUZA *et al.*, 2011).

<sup>39</sup> No Brasil, a referência no setor de redes é o da “Rede Âncora”, que surgiu em maio de 1998, em São Paulo/SP, com o objetivo de atingir volume considerável de compras, permitindo diminuir custos e ampliar benefícios aos seus associados. Hoje a rede se destaca por ser a maior associação de comerciantes de autopeças do País e a única com abrangência nacional. Ao todo, são 750 associados, em 14 estados brasileiros e no Distrito Federal, sendo o escritório nacional sediado em Curitiba. São mais de 100 fornecedores e cerca de 140 mil produtos cadastrados, além de ferramentas de comunicação e inteligência de mercado e duas linhas de produtos de marca própria. Seu sistema de compras é totalmente informatizado, permitindo acesso a mais de 100 mil itens, entre peças e acessórios, 24 horas por dia. Os pedidos são atendidos, em grande parte a pronta entrega, por um dos centros de distribuição regional. (PUCHS, 2015, p. 14-16).

<sup>40</sup> Rede associativista com operações voltadas ao fortalecimento do mercado independente de reposição de autopeças no Brasil, oferecendo vantagens aos associados, de forma a auxiliar na gestão de pessoas, do ponto de venda e estoque, das finanças e vendas e da produção. As vantagens aos membros incluem identificação visual moderna para fachadas, sinalização interna própria, uniformização das equipes e modelos de armazenagem, que garantem redução de espaço e otimização de recursos, possibilitando um atendimento mais ágil e focado no cliente. Está presente em mais de 370 cidades e o número de empresas associadas é crescente, com mais de 1000 membros entre lojas de autopeças, oficinas mecânicas e retíficas de motores das linhas leve Eurogarage e pesada TopTruck. (PUCHS, 2015, p. 20).

<sup>41</sup> Exemplo é a AutoZone, maior rede varejista de autopeças e acessórios dos Estados Unidos, e que, a partir de 2013, passou a operar no Brasil. Atualmente possui nove lojas, todas no estado de São Paulo. “Os profissionais da empresa, chamados de Autozoners, são capacitados por uma série de treinamentos para fornecer orientações seguras aos clientes. Eles também estão preparados para realizar, gratuitamente, pequenas instalações, como de limpadores de para-brisa, baterias, lâmpadas, calhas, entre outros.” (PUCHS, 2015, p. 18).

Sincopeças Nacional, Francisco de La Torre: “dá para ser pequeno neste mercado sendo segmentado, visto que são cerca de 2.400 modelos e marcas de veículos, mas o que vemos é um processo de concentração. O número de lojas tende a diminuir à medida que o varejo vai se profissionalizando” (PUCHS, 2015, p. 16). Com efeito, o empresário varejista precisa se preparar investindo em capacitação técnica e novos serviços.

#### **2.2.4 Reparação automotiva**

O setor de reparação automotiva diz respeito tanto às oficinas mecânicas quanto aos mercados conexos que visam dar suporte ao reparador (aqui incluído todo o ferramental, bem como *softwares* de diagnóstico automotivo). O serviço de reparação de veículos é prestado pelas concessionárias ou pelas oficinas independentes.

Importante frisar que, assim como observado nos setores atacadista e varejista de peças de reposição, no setor de reparação a heterogeneidade é marca presente. Por conseguinte, no mercado estão presentes tanto *autocenters* quanto oficinas mecânicas tradicionais. A diferença entre eles decorre basicamente do fato de que os *autocenters* representam cadeias especializadas em serviços de manutenção e reparos, oferecendo serviços antes exclusivos das redes de franquias.<sup>42</sup>

O setor independente garante aos consumidores liberdade de escolher onde reparar e fazer a manutenção preventiva e corretiva de seus veículos. A decisão pode ser tomada levando-se em consideração a confiança, o preço e a qualidade do serviço prestado. Sem essa alternativa, os proprietários teriam somente as concessionárias como destino de reparação de seus automóveis.

No Brasil, as oficinas representam pequenos e microempreendedores. Isso porque:

As concessionárias enfrentam esta concorrência principalmente à medida que os veículos têm sua garantia expirada. Como bem demonstra o estudo da Autopolis (2000), os proprietários tendem - com o decorrer do tempo e a expiração de prazos de garantia - a buscar outros tipos de oficinas para os serviços em seus automóveis. [...]

Mesmo na Alemanha, onde a retenção do serviço da concessionária é provavelmente mais alta que em qualquer outro lugar no mundo, há um perceptível declínio na fidelidade [dos proprietários à rede autorizada] depois do primeiro ciclo de propriedade. Na Itália, no outro extremo, as redes autorizadas nunca capturam nem

---

<sup>42</sup> Os *autocenters* possuem dois tipos estruturais básicos: modelos de franquias ou se assemelham a redes supermercadistas, e muitas vezes são formadas por antigas oficinas mecânicas que optaram por reduzir o escopo de atuação, para se concentrarem em serviços mais específicos. Podem se concentrar em espaços de compras e outros serviços, como *shopping centers*, supermercados e postos de combustíveis. Os exemplos mais comuns são das marcas Midas, Speedy, Goodyear, Firestone, Bosch, entre outras.

mesmo metade do mercado desde o início da vida útil do veículo. (CADE, 2006b, p. 90-91).

É possível estimar os hábitos de proprietários de veículos de acordo com a idade destes últimos. Nesse sentido, o SEBRAE-SP realizou estudo sobre a reparação veicular no estado de São Paulo, que possui a maior frota do país, do qual resultaram as seguintes especificidades:

Quadro 1 – Hábitos dos proprietários de acordo com a idade do veículo

Idade do veículo	Especificidades
<b>Até 1,5 ano</b>	Veículos com até um ano e meio de idade: ainda estão no período de garantia de fábrica e fazem a manutenção principalmente nas concessionárias;
<b>1,5 a 5 anos</b>	Veículos com um ano e meio a cinco anos: algumas marcas ainda estão em garantia, mas já começam a migrar para oficinas independentes.
<b>Mais de 5 anos</b>	Veículos com mais de cinco anos: fazem sua manutenção em oficinas independentes.

Fonte: Adaptado de SEBRAE-SP (s/d, p. 14).

Apresentar números do setor de oficinas no mercado brasileiro é tarefa difícil, principalmente em decorrência da alta informalidade que se apresenta no setor<sup>43</sup>. A estimativa é de que existem cerca de 121.000 empresas legalmente estabelecidas de reparação automotiva no país. Segundo o Clube das Oficinas:

[...] desse total, 60% dizem respeito a oficinas de reparação mecânica (72.790 oficinas), 15% se dedicam a reparos de colisão (18.197 reparadoras) e 25% (30.329 empresas) se dedicam a outras atividades relacionadas à manutenção da frota de veículos. Considerando que 20% das oficinas de colisão (ou 3.639 empresas) prestam serviços de reparos mecânicos para a linha leve, podemos afirmar que, do total de 121.317 estabelecimentos, existem 76.429 dedicados à reparação mecânica de automóveis e comerciais leves. Neste contingente, há, ainda, um total de 5.091 concessionárias no país. (MERCADO..., 2015).

No que diz respeito aos desafios do setor, o blog Canal da Peça demonstra que:

[...] um levantamento do Sindirepa-SP apontou que desde a popularização da injeção eletrônica no mercado brasileiro, do final dos anos 90 até o início da década de 2010, mais de um terço das oficinas fecharam suas portas: de 172 mil em 1997, o número chegou a menos de 90 mil dez anos depois. E o motivo principal para tal fenômeno foi a falta de adaptação dos antigos profissionais às novas demandas da reparação. Não basta apenas profundos conhecimentos em mecânica: agora o profissional tem que, no mínimo, saber mexer no computador e entender um pouco de eletroeletrônica

<sup>43</sup> De acordo com o Clube das Oficinas: “Mesmo assim, a CINAU (Central de Inteligência Automotiva – unidade do Grupo Oficina Brasil) fez um esforço para chegar a alguns números confiáveis. Pela experiência de quase dez anos apurando dados de mercado para composição do IGD, a CINAU estima que cada veículo passa pela oficina, em média, 2,5 vezes, pagando um tíquete médio em torno de R\$ 570 a cada vez que é devolvido ao proprietário. Lógico que esses valores são médias estatísticas e, dependendo do porte da oficina, eles apresentarão diferenças” (MERCADO..., 2015).

para fazer uma manutenção correta em veículos que já não são tão novos assim. (SAIBA..., 2016).

A necessidade de conhecimentos na área se dá porque atualmente a eletrônica domina todos os sistemas e subsistemas de um automóvel. Os treinamentos têm foco no diagnóstico com a utilização de tecnologia avançada e informação técnica sobre procedimentos definidos pelo fabricante. De acordo com Fernando Lalli, para saber o que se passa dentro dos sensores, atuadores e redes multiplexadas, há uma ferramenta indispensável em qualquer oficina que queira ganhar clientes, tempo de serviço e qualidade: o scanner automotivo. “Um diagnóstico preciso sobre os sistemas eletrônicos do veículo – seja este leve ou pesado – só é possível com essa ferramenta, desde que o hardware e o software estejam atualizados e capacitados para interpretar as informações daquele modelo.” (LALLI, 2015).

A partir dessa constatação, surge o novo mercado que este estudo também se propõe a examinar: o de *softwares* de diagnóstico automotivo. No mercado brasileiro estão à venda vários tipos de *scanners*<sup>44</sup>. Por isso, cabe ao mecânico interessado em adquiri-los, primeiramente, saber qual sua real demanda na oficina e, em seguida, pesquisar qual dispositivo mais se encaixa em seu perfil.

As principais fabricantes do mercado oferecem cobertura ampla da frota nacional. Além disso, trabalham em busca da liberação do maior número de possível de acesso aos modelos das atuantes no país, para que possam oferecer ao mecânico melhor experiência de diagnóstico de falhas.

A grande questão sobre esse mercado é referente ao acesso às informações por parte dos reparadores. Os *scanners* muitas vezes não possuem acesso irrestrito aos dados do veículo, pois esses são de acesso exclusivo das montadoras. De acordo com a revista *Reparação Automotiva*, a maior questão cinge-se à possibilidade do uso de sistemas telemáticos pelas montadoras para impossibilitar o acesso aos dados. Nesta hipótese, apenas a rede autorizada teria condições de realizar a manutenção (CARROS..., 2016, p. 34).

Para os representantes do mercado em epígrafe, o ideal seria a criação de sistemas “abertos”, com interfaces e acessos diretos aos dados dos veículos, além de uma legislação específica para regulamentar o uso e o sigilo das informações (CARROS..., 2016). A relação entre as empresas e as montadoras, bem como suas implicações para o setor, em especial o de serviços de manutenção, serão mais bem detalhados no capítulo 5, sendo necessário especificar

---

<sup>44</sup> O *scanner* é um aparelho, semelhante a um *tablet*, que tem por função rastrear todos os pontos do veículo, gerando códigos computadorizados e correlaciona estes códigos aos problemas. Alguns exemplos de leitura e interpretação que os aparelhos de scanner automotivos fornecem aos veículos são: dados de consumo, temperatura do carro, rotação do veículo, etc. (FERNANDA, 2016).

a dinâmica concorrencial que envolve as partes relacionadas ao setor, o que se fará na próxima subseção.

### 2.3 Dinâmica concorrencial entre os agentes

A análise do setor de *aftermarket* de forma geral leva à investigação das múltiplas estratégias que os produtores de determinados produtos ou serviços têm usado na tentativa de estender seu poder de mercado a fim de captar novos consumidores (BAUER, 2007, p. 2). Não raro, as condutas dos agentes que atuam no mercado primário visam estender, por vezes ilicitamente, seu poder para o mercado secundário, despertando, assim, preocupações de ordem concorrencial. Em relação ao setor automotivo, o mercado secundário, apesar de sofrer também influência do mercado primário, apresenta particularidades que por vezes o levam ser desvinculado e independente deste.<sup>45</sup>

Ainda que não seja o principal foco de atuação das grandes multinacionais fabricantes de autopeças, a reparação de veículos fora de garantia não deixa de ser um setor atrativo e uma rota para ampliar a lucratividade. Como já descrito anteriormente, os fabricantes de autopeças encontram-se dispostos em camadas (*tiers*) e possuem perfil heterogêneo. As chamadas sistemistas fornecem majoritariamente para as montadoras, além de desenvolverem com estas seus projetos. Entretanto, mesmo as sistemistas não ignoram as oportunidades de negócios no *aftermarket*. Quando atuam nesse mercado, seus principais clientes são os atacadistas – mais notadamente os distribuidores de autopeças (cadeia independente).

Já os níveis 2 e 3 da cadeia de fabricação muitas vezes direcionam suas estratégias comerciais justamente para o *aftermarket*, uma vez que as barreiras à entrada para o fornecimento de peças às montadoras são muitas (conforme se evidenciará na análise da conduta de cartel). Esses agentes, responsáveis pela fabricação das chamadas “peças paralelas”, têm origem independente, desvinculada do ciclo de fabricação e distribuição das montadoras, chegando ao varejo também com o nome de “similares”. Eis aí grande parcela dos fabricantes independentes.

As montadoras não produzem todas as peças utilizadas na fabricação de um veículo. Adquirem a maioria delas dos fabricantes de autopeças (pertencentes ou não a seu grupo empresarial), que também vendem para a rede de atacado/varejo independente, só que com suas

---

<sup>45</sup> Exemplificando, a mesma montadora (principal agente do mercado primário) que impõe condições de vendas às concessionárias como forma de ampliar seu poder de mercado na reposição, ainda que lícitamente, pouco poderá influenciar no comportamento de parte dos fabricantes de autopeças neste mercado, porque estes detêm o poder de estabelecer as preços e condições de venda, tanto para montadoras, quanto para os demais agentes.



próprias marcas. As que são fornecidas para as montadoras revenderem em sua rede de concessionárias recebem o nome de peças genuínas (fazem parte do chamado mercado OEM, de fabricantes que fornecem peças com as especificações das montadoras). As que são comercializadas no mercado secundário com o próprio nome do fabricante – que também podem atender a especificações das montadoras – recebem o nome de originais (mercado OES, "Original Equipment Supplier", fornecedor de equipamentos originais), e são fornecidas por fabricantes de componentes e autopeças para a indústria automobilística. Está-se diante, portanto, de componentes que podem ser produzidos por um mesmo fabricante, mas que percorre caminhos diferentes e chega ao consumidor com qualificações também distintas.

Por conseguinte, nesse modelo de mercado, o consumidor final, ou seja, o proprietário do veículo, possui as seguintes alternativas para adquirir peças automotivas: comprar na concessionária a peça genuína ou adquirir no varejo a mesma peça, seja ela genuína (já que as concessionárias também vendem para o varejo), original ou paralela. O caminho para aquisição das peças, tanto para o consumidor final, quanto para o reparador, ocorre da seguinte forma: (i) as peças genuínas podem ser adquiridas tanto nas concessionárias das montadoras, quanto no varejo independente de autopeças; e (ii) as peças originais e paralelas podem ser adquiridas majoritariamente no atacado e varejo independente.

A forma de aquisição de peças pelos concessionários, que estão vinculados às montadoras no caso de peças genuínas, tem sido objeto de críticas. O chamado índice de fidelidade exigido pelas montadoras é apontado como barreira à entrada dos concessionários no mercado de venda de peças, uma vez que os preços por elas estipulados são supracompetitivos quando comparados com as peças originais e paralelas, limitando, assim, a atuação dos concessionários no mercado. Essa questão será explorada no capítulo 4, quando se analisará a relação entre esses dois agentes no *aftermarket* automotivo.

O consumidor, portanto, tem a seu dispor alternativas de fornecedores para adquirir a peça de seu veículo. Entretanto, nem todas as peças estão disponíveis nas três modalidades acima descritas (genuína, original e paralela); parte delas pode estar protegida por direitos de propriedade intelectual, como se verá no capítulo 5, que delinea o mercado de peças sobressalentes.

No varejo, as concessionárias levam vantagem por serem credenciadas e possuírem apenas mercadorias originais de fábrica. Porém, essa posição tem alto custo, e os consumidores acabam procurando o mercado independente assim que a garantia do veículo termina, pois seus preços são muito mais acessíveis e as marcas já estão bem difundidas. Portanto, grande parte dos consumidores recorre ao varejo "independente", que, conforme restou demonstrado na

subseção 2.2.3, está organizado por grandes, médias e pequenas empresas. Para que pequenos e médios empresários possam concorrer no mercado, necessitam dispor de mais recursos e oferecer melhores condições de pagamento. Nesse sentido, a criação de redes de cooperação surge como alternativa para que o setor ganhe mais competitividade.

No que diz respeito ao setor de reparação, a concorrência se dá entre dois grupos de agentes: de um lado estão as concessionárias, que geralmente são responsáveis pelos serviços durante o período de garantia dos veículos, e que buscam fidelizar o consumidor após o término deste; de outro, estão as oficinas independentes, que possuem perfil heterogêneo, como já demonstrado na seção anterior. Elas podem ser representadas tanto por empresários que atuam na informalidade, quanto pelos chamados *autocenters*, que possuem uma estrutura mais sofisticada, semelhante à das concessionárias.

O que se observa no cenário brasileiro é que as montadoras, via concessionários, muitas vezes perdem a disputa com o setor de reparação independente e não conseguem explorar todo o potencial do mercado. A perda do relacionamento com os clientes pode ser explicada por dois motivos: o preço da mão de obra e das peças na comparação com o mercado independente e a falta de proatividade da rede para manter essa conexão.

Conforme apontado por Carlos Campos:

A frustração para todas as marcas é grande. O cliente inicia seu ciclo de vida dentro da concessionária, faz as primeiras revisões, serviços de garantia, mas depois escapa. O fator primordial: preço das peças e da mão de obra. A diferença média é tão grande que faz o cliente nem mais cotar os serviços. Esta crença já está incorporada em seu modelo mental. Apesar disso, há sinais cada vez mais claros de que esta realidade está mudando e que, o até hoje era considerado terra de ninguém, num futuro bem próximo pode se transformar em um segmento mais organizado. (CAMPOS, 2013).

A organização a que o autor se refere pode ser observada por meio de agentes que até então não estariam englobados nos elos da cadeia de serviços. É o caso das companhias de seguro, que, diante da necessidade de oferecer mais benefícios aos clientes, começaram a se estruturar melhor e montar redes próprias. Mesmo que sejam terceirizadas, essas mecânicas oferecem ao cliente um serviço que fica no meio termo entre o ofertado pela concessionária autorizada durante a garantia e o prestado pela oficina independente<sup>46</sup>.

Outro fator que estimula a organização e profissionalização do mercado de reparação de carros fora da garantia é a evolução da tecnologia dos veículos, que resulta em novas maneiras de fazer o diagnóstico de serviços.<sup>47</sup> Porém essa mudança tende a levar os clientes para as

<sup>46</sup> Porto Seguro e Allianz são bons exemplos de companhias que buscaram diferenciação neste mercado e, com essa estratégia, estão conquistando clientes com a chancela de sua marca.

<sup>47</sup> O que era um privilégio de carros *premium* como BMW, Mercedes-Benz e Audi, hoje pode ser visto em carros mais populares.

concessionárias autorizadas, tendo em vista que os equipamentos de diagnósticos importados pelas oficinas independentes não serão mais capazes de enfrentar uma tecnologia que integra os dados do veículo no servidor da fábrica, inibindo que equipamentos da rede independente realizem o mesmo serviço. Os efeitos dessa mudança, que têm sido discutidos pelas autoridades antitruste internacionais e pelos canais de reparação no Brasil, uma vez que a autoridade antitruste pátria já teve a oportunidade de analisar a questão no chamado caso dos *softwares* automotivos (em procedimentos arquivados pelo CADE), serão explicados de forma mais abrangente no capítulo 5, referente às possíveis barreiras à entrada de concorrentes oriundas dos direitos de propriedade intelectual.

O *aftermarket* automotivo passa por mudanças estruturais que poderão afetar a dinâmica entre os agentes. Criação de marcas paralelas, cessão das tecnologias para oficinas independentes com acordos de compra mínima de peças de sua rede, centros de serviços rápidos, entre outros modelos de acesso a esse mercado, exemplificam as opções para que as empresas consigam atender à demanda dos clientes.

Conforme apontado por Campos, os agentes que souberem explorar o mercado com maior eficiência, conseguindo fidelizar cada vez mais os clientes às marcas, irão promover resultados positivos na cadeia, e por consequência, aumentarão seus lucros. Todavia, essa exploração do mercado deve respeitar os ditames constitucionais da livre iniciativa, de tal modo que o *aftermarket* não possa ser considerado “terra de ninguém” (CAMPOS, 2013), em função de estratégias anticompetitivas por parte de alguns agentes, que são tema do próximo tópico.

## **2.4 Práticas anticompetitivas expressivas no mercado automotivo secundário e caracterização das condutas**

O *aftermarket* automotivo está longe de ser considerado um mercado com ótimas condições de concorrência. Denúncias no cenário nacional envolvendo a possível prática de cartéis, restrições verticais e barreiras à entrada de concorrentes suscitam questionamentos acerca do papel dos agentes privados no mercado de reparação. Falhas de mercado, como assimetrias de informações, problemas fiscais e demais gargalos (infraestrutura insuficiente, problemas de crédito para pequenas e médias empresas, entre outros) truncam o desenvolvimento difuso do setor.

Além disso, existem outros problemas de ordem concorrencial. Como já destacado, o presente estudo não pretende abordar todas as práticas que ensejam preocupação, mas apenas as mais sensíveis ao mercado secundário automotivo brasileiro. Para tanto, cumpre uma breve

revisão do escopo da legislação antitruste, para posterior subsunção às práticas denunciadas no mercado em estudo.

De acordo com Paulo Furquim Azevedo (2014), o objetivo das normas de defesa da concorrência seria coibir e orientar comportamentos, impossibilitando a atuação lucrativa que prejudicasse a concorrência e o consumidor e, conseqüentemente, ferisse o bem-estar da sociedade.

A atuação das autoridades antitruste nacionais se dá pelos meios preventivo e repressivo. Enquanto a atuação preventiva procura reduzir a probabilidade de ocorrência de condutas anticompetitivas no futuro, pelo controle dos atos de concentração, a repressiva trata de identificar e punir o exercício anticompetitivo de poder de mercado, como, por exemplo, o uso desse poder para excluir concorrentes – conforme será analisado nos capítulos seguintes.

Destarte, uma análise de condutas sob o enfoque do Direito Antitruste exige a identificação da existência de poder de mercado por parte dos agentes, condição essencial para haver ilicitude do ponto de vista legal. O poder de mercado, por sua vez, é detido por agentes com posição dominante. Mas antes de proceder à análise do poder de mercado e da posição dominante, é necessário delimitar o mercado relevante – uma vez que ele é o espaço onde o poder de mercado pode ser inferido (CADE, 2016d).

A delimitação do mercado relevante é uma das etapas mais importantes da análise em defesa da concorrência, sendo ponto de partida e fundamento para a avaliação de casos nos Guias de Análise de várias jurisdições (CADE..., s/d). Essa importância advém da síntese de informações que a delimitação apresenta sobre a concorrência. De modo simétrico, ela exige exame aprofundado sobre o contexto e a realidade concorrencial de cada caso.

Nos termos da Portaria Conjunta SEAE/SDE nº 50, de 1º de agosto de 2001, “mercado relevante é definido como o menor grupo de produtos e a menor área geográfica necessários para que um suposto monopolista esteja em condições de impor um ‘pequeno porém significativo e não transitório’ aumento de preços” (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2001, p. 9). Normativa mais recente, o Guia para Análise de Atos de Concentração (CADE, 2016b, p. 18) parte do conceito definido na referida Portaria, acrescentando que o mercado relevante pode ser delimitado considerando-se, de forma simultânea ou alternada: a) a análise de informações qualitativas; b) o uso de informações de preços; c) a análise do fluxo de mercadorias e consumidores; d) a definição de raios; e) quando necessário e possível, métodos quantitativos podem ser adotados, como a análise da perda crítica (ou da elasticidade crítica). Na definição do mercado relevante antitruste, limita-se o conjunto de empresas que geram forças competitivas frente a aumentos de preços pelas empresas em foco, ou seja, aquelas que

participaram de um ato de concentração ou processo administrativo. Esse mercado relevante apresenta dimensões de produto e espaço.<sup>48</sup>

Considerando as características das autopeças de reposição, Gesner Oliveira, Lucas Prado e Pedro Scazufca, em estudo sobre aspectos concorrenciais do referido mercado, entendem que, devido à característica da indústria automobilística de diferenciação dos modelos e componentes automotivos, a definição de mercado relevante deve ser criteriosa e levar em consideração essa característica fundamental. Para se analisar o mercado relevante de um farol, por exemplo, deve-se considerar de qual montadora o automóvel procede, o modelo e a versão do veículo, além do lado de encaixe da peça. Isso porque uma simples alteração pode desconfigurar a originalidade do bem. (OLIVEIRA; PRADO; SCAZUFCA, 2009).

Destarte, diferentemente do que fora apresentado pela extinta SDE, o mercado de peças de reposição é complexo e composto de diversos mercados relevantes distintos, cada um destinado para determinado(s) modelo(s) de veículo, sendo que qualquer tentativa de considerá-lo um mercado agregado constitui equívoco que pode afetar a análise concorrencial no mercado secundário. Uma análise aglutinadora pode encobrir eventual posição dominante de determinado agente, como as montadoras, por exemplo, caso queiram estender ilicitamente seu poder para o mercado secundário, valendo-se de forma abusiva de direitos de propriedade intelectual. (OLIVEIRA; PRADO; SCAZUFCA, 2009). A questão será melhor abordada no capítulo 5.

Delimitado o mercado relevante, para aferir a existência de poder de mercado<sup>49</sup>, faz-se necessário proceder a uma análise que parte da existência de posição dominante, mas envolve ainda a investigação de outras variáveis, tais como a existência de barreiras à entrada naquele mercado, a possibilidade de importações ou ainda a efetividade de competição entre a empresa que tem posição dominante e seus concorrentes (CADE, 2016g).

Paula Forgioni aponta que a maioria dos economistas entende que ocorre posição dominante quando o agente detém capacidade de impor preços muito acima de seu custo marginal. Segundo ela, “do ponto de vista jurídico, entretanto, essa assertiva deve ser entendida

---

<sup>48</sup> “[18] A dimensão do produto se refere a características do produto ou serviço comercializado, em particular os fatores que determinam, da ótica do consumidor, o grau de substituíbilidade existente entre os diferentes serviços e produtos. Por sua vez, na delimitação sob o aspecto geográfico, o mercado relevante é o espaço geográfico ou área em que a prática sob análise produz (ou pode produzir) efeitos.” (CADE, 2014a).

<sup>49</sup> De acordo com Mario Luiz Possas, “as noções de poder de mercado e de mercado relevante - a um tempo econômicas e jurídicas - são logicamente relacionadas de forma muito estreita. Assim como um mercado só é “relevante” para a análise de efeitos anticompetitivos potenciais se for um espaço econômico (definido em termos geográficos e de produto) no qual algum “poder de mercado” tenha possibilidade a priori de ser exercido, este último, por sua vez, também pressupõe obviamente uma definição de mercado tal que ele possa ser exercido” (POSSAS, 1996, p. 82).

no sentido de que a *independência e indiferença* do agente econômico podem manifestar-se pela possibilidade de imposição de preços acima daqueles derivados da competição, mas também de outras formas” (FORGIONI, 2013, p. 260)<sup>50</sup>.

A posição dominante não é punida em si, apenas o abuso é vedado, nos termos do artigo 36, § 1º, da Lei nº 12.529/2011, o qual destaca que a posição dominante resultante de maior eficiência do agente em relação a seus competidores não constitui ilícito (BRASIL, 2011). Conforme se analisará nas condutas que o estudo apresenta, a partir do recorte estrutural do mercado secundário automotivo apresentado, se estará diante de estruturas concentradas de mercado – o que por si só não pode ser considerado ilegal do ponto de vista concorrencial. Todavia a presença de pequenos conjuntos de agentes econômicos pode influenciar preços e quantidades em equilíbrio, existindo, assim, “maior probabilidade de exercício abusivo do poder de mercado e, portanto, maior a [sic] ameaça potencial de condutas anticompetitivas” (CADE, 2007, p. 19).

Na análise de condutas anticompetitivas e atuação repressiva, portanto, conforme apontado por Caio Mario Pereira Neto e Paulo Leonardo Casagrande, a classificação adotada pela literatura do Direito da Concorrência para a caracterização de condutas anticompetitivas leva em consideração a forma como a prática ocorre – se coordenada entre empresas distintas ou praticada de forma unilateral por um único agente. Com efeito, condutas coordenadas ou unilaterais podem ser classificadas como: (i) horizontais, quando as empresas envolvidas têm atuação no mesmo mercado; ou (ii) verticais, quando a atuação das empresas afeta os diferentes elos que compõem determinada cadeia produtiva. (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016).

A legislação concorrencial pátria no atual regime da Lei nº 12.529/2011 possui estrutura normativa quanto à definição das condutas anticompetitivas que permite, ao mesmo tempo, identificar aqueles atos que sempre serão considerados como tais e, portanto, puníveis, como também tornar punível qualquer ato que gere potencialidades anticompetitivas, ainda que lícitos *a priori*.

A opção por uma estrutura que traz, no *caput* do artigo 36<sup>51</sup> da Lei nº 12.529/2011, um tipo infracional genérico traduz essa preocupação de tornar punível todo ato que, ou por seu objeto, ou por seus potenciais efeitos, seja anticompetitivo. Uma conduta é anticompetitiva,

---

<sup>50</sup> A autora, em síntese, conclui que, “a posição dominante implica sujeição (seja dos concorrentes, seja de agentes e econômicos atuantes em outros mercados, seja dos consumidores) àquele que o detém. Ao revés, implica independência, liberdade de agir sem considerar a existência ou comportamento de outros sujeitos” (FORGIONI, 2013, p. 260).

<sup>51</sup> “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; [...]” (BRASIL, 2011).

portanto, se (i) tiver objeto lícito, mas possuir potencialidade lesiva; ou (ii) se tiver objeto ilícito. A interpretação dessa estrutura normativa permite, pois, que se classifiquem as condutas em dois tipos: condutas por objeto e condutas por efeitos.

Nesse sentido, a Nota Técnica nº 28/2016 do CADE informa que:

25. O resultado prático e útil desta classificação na aplicação da lei antitruste é evidente. Quando uma conduta for considerada anticompetitiva porque possui objeto ilícito, ou seja, sua mera existência a torna ilícita já que dela nunca decorreriam efeitos positivos concorrenciais, existe uma presunção de ilegalidade, aplicando-se aquilo que se convencionou chamar de regra *per se*. Neste caso, frise-se, a mera existência de uma conduta com determinado objeto é anticompetitiva, não sendo necessárias análises posteriores sobre efeitos ou detalhadas sobre o mercado.

26. Por outro lado, quando o que torna uma conduta anticompetitiva são seus potenciais efeitos, é necessário que a decisão sobre a existência ou não da conduta atravesse algumas etapas relacionadas a estes potenciais efeitos, considerando-se, por exemplo, variáveis como eficiências geradas, racionalidade econômica ou justificativa para a conduta, dentre outros. Na doutrina tradicional, diz-se que as condutas cuja ilicitude se define pela potencialidade de efeitos devem ser analisadas sob o crivo da regra da razão.

27. Mas a estrutura da legislação antitruste vai além da tipificação genérica. Para evidenciar ainda mais a possibilidade de que as condutas sejam definidas ou por seu objeto ou por seus potenciais efeitos, o legislador traz, no art. 21 da Lei nº 8.884/94 e nos incisos do art. 36 da Lei nº 12.529/2011, um rol exemplificativo de atos que, quando enquadrados no tipo genérico, são comumente considerados condutas anticompetitivas. (CADE, 2016e).

De acordo com Pereira Neto e Casagrande, em uma abordagem inicial, pode-se dizer que as autoridades concorrenciais, ao lidarem com a questão do ônus da prova exigido para fins de caracterização da ilicitude das condutas, adotam como *standard* geral de análise a chamada regra de razão (*rule of reason*). Segundo essa regra, as condutas só podem ser caracterizadas como ilícitas se forem devidamente demonstrados seus efeitos anticompetitivos<sup>52</sup>. (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016).

Da análise de julgados do CADE até o momento, depreende-se que a autarquia tem buscado distinguir de forma mais clara as infrações por objeto e por efeito, aproximando a interpretação da Lei nº 12.529/2011 à sistemática desenvolvida pela doutrina antitruste europeia no Tratado de Funcionamento da União Europeia (TFUE), que contém essa mesma estrutura dual<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> Entretanto, Azevedo adverte: “Nenhuma investigação antitruste utiliza, de fato, a regra da razão em sua plenitude, por meio da mensuração de todos os efeitos negativos e positivos decorrentes de uma conduta ou de uma fusão. E isso ocorre por economia processual, ou seja, porque a sociedade perderia mais com a investigação do que ganharia com o refinamento da análise” (AZEVEDO, 2014, p. 282).

<sup>53</sup> Segundo Daniel Firmato de Almeida Glória: “Nos sistemas jurídicos dos países de regime capitalista, a repressão ao abuso do poder econômico faz-se, geralmente, mediante dois tipos de legislação: ou se adota o princípio do abuso, em que as práticas comerciais tidas como potencialmente anticoncorrenciais são analisadas no contexto econômico em que se desenvolvem, aplicando-se-lhes a regra da razão (*rule of reason*) ou se segue o princípio

Feitas essas observações, podem ser elencadas as três condutas que serão objeto de análise nos capítulos que se seguem. Das classificações acima descritas, duas são condutas unilaterais (restrições verticais advindas de acordos de exclusividade e barreiras à entrada, provenientes de eventuais usos abusivos dos direitos de propriedade intelectual) e uma colusiva (cartel).

No início de cada capítulo, será feita breve caracterização de cada conduta, analisando seus efeitos, de modo a compreender o motivo das eventuais ilicitudes. Em seguida, serão apresentados os casos mais relevantes já apreciados pelo CADE, de modo a realizar uma análise crítica de como as decisões impactaram (ou têm impactado) nos mercados relevantes correspondentes, dentro do universo do *aftermarket*.

---

da proibição (*per se condemnation*), segundo o qual determinadas condutas são consideradas por si próprias lesivas à concorrência, dispensando-se qualquer análise das condições em que ocorrem. A maioria dos sistemas jurídicos, dentre os quais o brasileiro, adota ambos os princípios, os quais reforçam as instâncias democráticas” (GLÓRIA, 2010, p. 407).



### 3 POSSIBILIDADE DE CARTELIZAÇÃO ENTRE FABRICANTES DE AUTOPEÇAS

O cartel constitui um acordo celebrado entre concorrentes de determinado mercado de produtos ou serviços, podendo buscar a fixação de preços supracompetitivos, a divisão de mercados e/ou a exclusão de concorrentes, sendo que esses objetivos podem ou não ocorrer simultaneamente, o que não influi na configuração da prática. Nesse sentido, o CADE define tais acordos como:

[...] qualquer acordo ou prática concertada entre concorrentes para fixar preços, dividir mercados, estabelecer quotas ou restringir produção, adotar posturas pré-combinadas em licitação pública, ou que tenha por objeto qualquer variável concorrencialmente sensível. Os cartéis, por implicarem aumentos de preços e restrição de oferta e nenhum benefício econômico compensatório, causam graves prejuízos aos consumidores tornando bens e serviços completamente inacessíveis a alguns e desnecessariamente caros para outros. (CADE, 2016a, p. 14).

A unificação de vontades de rivais com a finalidade de conseguir poder de monopólio no setor alvo dos cartéis provoca danos de maior potencial ofensivo, quando comparados às práticas verticais (FORGIONI, 2013). Por conseguinte, entre as condutas anticompetitivas, o cartel é considerado a mais grave lesão à concorrência. Nos termos da Lei de Defesa da Concorrência (Lei nº 12.529/2011), empresas participantes de cartel estão sujeitas a multas administrativas aplicadas pelo Tribunal do Conselho Administrativo de Defesa Econômica<sup>54</sup>.

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), os cartéis causam danos aos consumidores, na medida em que protegem seus membros da exposição às forças do mercado, reduzindo a capacidade dos agentes de reduzirem os custos e promoverem inovação, afetando, por conseguinte, a eficiência de uma economia de mercado. Esses danos se traduzem em retração da oferta e aumento de preços, e restringem drasticamente a competitividade. (OCDE, 2002, p. 3).

Na Nota Técnica nº 31/2015/CHEFIA GAB/SG/CADE, o CADE já apontou que:

9. As estratégias utilizadas pelos integrantes do cartel envolvem, regra geral, a mitigação da competição e a alocação privada e artificial de contratos entre empresas que, na verdade, deveriam competir entre si. O uso concomitante de estratégias comuns permite que tais agentes definam os contornos precisos do mercado, por intermédio da alocação de carteiras de contratos e clientes, áreas geográficas,

<sup>54</sup> “Conforme preceitua o artigo 37 da Lei 12.529/11, as multas podem variar entre 0,1 a 20% do valor do faturamento no ramo de atividade em que ocorreu a infração, além de outras penas, como a publicação da decisão em jornal de grande circulação, a proibição de contratar com instituições financeiras oficiais e de participar de licitações públicas, a cisão de ativos, entre outras. Indivíduos envolvidos na conduta também estão sujeitos a multas do Cade, que podem variar entre R\$ 50.000,00 e R\$ 2.000.000.000,00, sendo que, no caso de administradores direta ou indiretamente responsáveis pela infração cometida, a multa cabível é de 1 a 20% daquela aplicada à empresa.” (CADE, 2016f).

faturamento, dentre outros critérios, e para a distribuição dos lucros adicionais advindos da redução da pressão competitiva possibilitada pelo acordo colusivo. (CADE, 2015a).

A conduta tipificada como cartel tanto na lei penal como na administrativa<sup>55</sup> pode assumir diversas formas de ocorrência. No que tange à classificação, o rol de espécies que definem a conduta em tela não é estanque, podendo ser ela dividida em cartéis *hardcore*, que são os clássicos ou institucionalizados, cartéis *softcore*, difusos ou não institucionalizados, influência em conduta uniforme, auxílio/convite a cartelizar, cartéis em licitações, cartéis em sindicatos e associações, em revenda de combustíveis, entre outras espécies.

Um dos fatores que distinguem as formas de arranjo entre os concorrentes diz respeito ao grau de institucionalidade. Nesse sentido, os cartéis clássicos apresentam caráter permanente e adotam mecanismos eficazes de monitoramento e sanção.<sup>56</sup> A diferenciação entre as modalidades pode ser vislumbrada em importante precedente do CADE, em voto do Conselheiro Relator Luiz Carlos Thadeu Delorme Prado no caso do “cartel das britas”:

O delito previsto na legislação de defesa da concorrência considerada mais grave e que é penalizado de forma mais severa na totalidade dos países que possuem esse instrumento legal é o Cartel Clássico ou Integral. Este é definido como acordos secretos entre competidores, com alguma forma de institucionalidade, com objetivo de fixar-preços e condições de venda, dividir consumidores, definir nível de produção ou impedir a entrada de novas empresas no mercado. Este tipo de cartel opera através de um mecanismo de coordenação institucionalizado, podendo ser reuniões periódicas, manuais de operação, princípios de comportamento etc. Isto é, sua ação não decorre de uma situação eventual de coordenação, mas da construção de mecanismos permanentes para alcançar seus objetivos.

Distingo o Cartel Clássico do que chamo de Cartel Difuso. Este último é um ato de coordenação da ação entre empresas com objetivo similar ao do Cartel Clássico, mas de caráter eventual e não institucionalizado. Esse é o caso quando um grupo de empresas decide reunir-se para coordenar um aumento de preço, muitas vezes em função de um evento externo que as afetou simultaneamente. Isto é, tal ação pode ser considerada eventual e não decorreu de uma organização permanente para coordenar as ações das empresas envolvidas. (CADE, 2005a, p. 225-226).

Desse fato, entretanto, decorre que, a depender da estrutura do cartel, o padrão de prova de sua existência pode assumir formas distintas, o que não retira o caráter de ilicitude pelo

<sup>55</sup> A prática de cartel configura tanto ilícito administrativo punível pelo CADE, nos termos da Lei nº 12.529/2011, quanto crime, punível pela Lei nº 8.137/1990. Na seara penal, o crime é punível com pena de 2 a 5 anos de reclusão e multa, nos termos da Lei nº 8.137/1990. Para garantir que diretores e administradores sejam punidos criminalmente, vem sendo incrementada de forma significativa a cooperação com os Ministérios Públicos Federal e Estaduais, a Polícia Federal e as Polícias Civis.

<sup>56</sup> “Os cartéis graves são acordos de fixação de preços, produção, divisão de mercados e acordos em licitações, em suma, acordos de preços entre concorrentes. Não geram eficiências nem outros benefícios que sejam resguardados pela ordem econômica. São também chamados de cartéis graves (*hardcore*) como sinônimos de infrações *per se* (ou infrações pelo objeto em distinção a infrações pelo efeito/regra da razão), significando restrições nuas (*naked restraints*), absolutas, diretas, principais e não acessórias à obtenção de ganhos justificáveis.” (VIEIRA, 2014, p. 12-13).

objeto da conduta, mas altera o grau de elementos necessários para sua comprovação. Dessa maneira, a conduta é considerada ilícita por seu objeto, não por seus efeitos. Atos uniformes concorrentes geralmente se enquadram nesse tipo de conduta, dado que de seu objeto dificilmente poderia advir algum efeito positivo.

Nesse contexto, a Superintendência-Geral do CADE já identificou indícios de que importantes empresas fabricantes de autopeças atuantes no mercado nacional<sup>57</sup> e internacional mantinham contato permanente com a finalidade de fixar preços e condições comerciais, alocando pedidos de cotações de clientes, dividindo mercados entre concorrentes e compartilhando informações comerciais sensíveis<sup>58</sup>.

A cartelização do setor por parte de fabricantes de autopeças pode afetar tanto o mercado primário (aumentando o custo do veículo “zero km”) quanto o mercado secundário. Nesse último, foco do presente trabalho, a conduta é capaz de reduzir a competitividade na indústria automotiva e inflar artificialmente os preços para todos os elos que compõem a cadeia – montadoras, fornecedoras de peças aos concessionários, atacadistas, varejistas e oficinas –, prejudicando, principalmente, o proprietário do automóvel, em sua condição de consumidor.

### **3.1 O CADE, o combate a cartéis e as investigações no setor de autopeças**

Atualmente, os cartéis que envolvem o mercado de autopeças têm sido caracterizados como infrações pelo objeto e classificados predominantemente pela doutrina como clássicos. Nesse sentido, conforme entendimento adotado pelo CADE e pela maioria das autoridades antitruste do mundo, a demonstração detalhada dos efeitos negativos da conduta não se mostra essencial. Todavia, apesar da aparente prescindibilidade da demonstração dos efeitos negativos, a comprovação da conduta restritiva da concorrência seria inafastável, tanto na fase investigativa, quanto no julgamento pelo Tribunal Administrativo (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016).

---

<sup>57</sup> Importante destacar que, apenas entre 2014 e 2015, foram instaurados cinco processos administrativos envolvendo indícios de prática de cartel entre fabricantes de autopeças. No segundo semestre de 2014, foram abertos dois processos para apurar cartéis nesse mercado, sendo um no mercado de velas de ignição (PA 08700.005789/2014-13) e outro no de rolamentos antifricção (PA 08012.005324/2012-59). Já no primeiro semestre de 2015, a Superintendência-Geral do CADE instaurou mais três processos administrativos para investigar práticas de cartel nos mercados de revestimentos de embreagem (PA 08700.010321/2012-89), de sistemas térmicos, que incluem radiadores, condensadores e sistemas de aquecimento, ventilação e ar-condicionado (PA 08700.010323/2012-78), e de limpadores de para-brisas (PA 08700.010320/2012-34). (CADE..., 2016)

<sup>58</sup> Os indícios apontam que os funcionários das empresas combinavam previamente quem deveria ganhar os processos de cotação (*Request for Quotation* – RFQ) das montadoras de automóveis e adotavam estratégias para direcionar o acordo firmado entre eles. Essa prática teria restringido o caráter competitivo do processo de cotação e potencialmente afetado negativamente os custos dos automóveis. (CADE..., 2016)

Por conseguinte, conforme a jurisprudência do Conselho, a comprovação da existência de cartel clássico não se limita a elementos que digam respeito somente a um acordo entre concorrentes; em outras palavras, a mera existência de uma reunião não é suficiente para indicar a existência de cartel. Com efeito, de acordo com Pereira Neto e Casagrande (2016), deve-se analisar o caráter permanente da conduta, a ocorrência ou não de reuniões periódicas e o estabelecimento de condutas, além de fiscalização e coação aplicadas entre os concorrentes, para que seja possível demonstrar um grau aceitável de institucionalização do acordo.

Mecanismos institucionalizados de monitoramento e sanção surgem como elementos essenciais para que os acordos de cartéis clássicos possam gerar os efeitos anticoncorrenciais pretendidos. Isso porque cartéis são arranjos intrinsecamente instáveis. Embora tragam benefícios coletivos para seus participantes por meio de maiores lucros, cada empresa individualmente tem incentivos para descumprir a combinação e com isso ter lucros ainda maiores que os participantes do acordo de cartel.

No que diz respeito ao padrão de provas, a demonstração da conduta em epígrafe passa invariavelmente pela demonstração de um acordo de vontades entre os agentes econômicos, com vistas a um objetivo comum. Sem a demonstração do acordo, não se pode falar em materialidade para a acusação de cartel.

As provas obtidas em uma investigação de cartel podem ser classificadas em diretas e indiretas, conforme lecionam Pereira Neto e Casagrande (2016). Enquanto as provas diretas trazem elementos que atestam de forma inequívoca a participação dos agentes em práticas colusivas, mediante provas que corroboram qualquer forma de contato entre eles (documentos formais ou eletrônicos, testemunhos orais ou escritos etc.), além de formas de monitoramento que possam sancionar os agentes que descumprem o que fora acordado, as provas indiretas apresentam viés distinto. Nelas, não há demonstração evidente da existência do conluio, no entanto, a depender do lastro probatório, podem comprovar ou inferir a existência deste.

A maioria dos processos por formação de cartel encontra-se lastreada em provas diretas da existência de conluio, sendo que as condenações do CADE têm exigido prova direta e robusta de cartel<sup>59</sup>. A forma de obtenção dessas provas passa por operações de busca e

---

<sup>59</sup> As mais relevantes condenações pelo CADE demonstram esse fato, como observado no Cartel das Britas (PA nº 08012.002127/2002-14, Representante: Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça – SDE *ex officio*, Representados: Sindicato da Indústria de Mineração de Pedra Britada do Estado de São Paulo – Sindipedras e outros, 28-7-2005), Cartel da Areia (PA nº 08012.000283/2006-66, Representante: Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça – SDE *ex officio*, Representadas: Sociedade dos Mineradores do Rio Jacuí, e outros, 19-12-2008), Cartel dos Gases (PA nº 08012.009888/2003-70, Representante: Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça – SDE *ex officio*, Representadas: Agar S.A., Air Liquide Brasil LTDA, e outros, 03/09/2010), Cartel dos Vigilantes (PA nº 08012/001826/2003-10, Representante: Secretaria

apreensão, interceptações telefônicas, acordos de leniência ou provas emprestadas de outras investigações – geralmente de âmbito criminal.

Em que pese o crescente número de condenações por cartel, é inegável a dificuldade na obtenção de evidências para a comprovação da prática. Cartéis são de difícil detecção e investigação sem a cooperação dos participantes da conduta, dado seu caráter sigiloso e fraudulento.<sup>60</sup> Por essa razão, um número expressivo de jurisdições adotou programas de leniência, como forma de desvendar tais condutas.<sup>61</sup> O Brasil não escapa a essa tendência. Em suma, o acordo de leniência é mecanismo inspirado na experiência internacional, precisamente norte-americana, e tem por finalidade precípua despertar o interesse dos coparticipantes de cartéis que não estejam no comando da atividade criminosa em colaborar nas investigações e na elucidação do crime<sup>62</sup>.

A possibilidade de celebração de acordo de leniência não se restringe tão somente à prática de cartéis. Porém, é nessas condutas, e em especial no cartel clássico, que a leniência ganha especial relevo, na medida em que uma possível delação (e os incentivos que dela decorrem) cria um grau de desconfiança entre os agentes, o que pode aumentar a instabilidade na relação entre os envolvidos no conluio. (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016).

O CADE celebra um único acordo de leniência por infração denunciada, de modo que as empresas e/ou indivíduos participantes de um cartel iniciam uma corrida entre si para contatar o órgão e reportar a conduta. Apesar de as imunidades administrativa e criminal poderem ser concedidas apenas a um signatário, as demais empresas e/ou indivíduos que

---

de Direito Econômico do Ministério da Justiça – SDE *ex officio*, Representados: ASSEVIRGS – Associação das Empresas de Vigilância do Rio Grande do Sul, e outros, 21-9-2007), entre outros.

<sup>60</sup> Sobre a dificuldade de se combater o conluio entre agentes econômicos, ressalte-se que Adam Smith, no século XIX, já chamava a atenção para o fato de que concorrentes raramente se encontravam, mesmo para lazer e entretenimento. Porém, afirmava que, caso isso ocorresse, as conversas entre pessoas do mesmo ramo de negócios quase sempre terminavam em algum tipo de conspiração ou esquema para aumento de preços. (OLIVEIRA; SANTOS, 2015, p. 490).

<sup>61</sup> Conforme consta no Memorando de Entendimento nº 1/2016, “a inteligência do Programa de Leniência permite alterar o sistema de motivações dos agentes econômicos em setores cartelizados ou que podem se cartelizar, e gera uma instabilidade interna à conduta coordenada – consistente no risco de um integrante do cartel tomar a iniciativa de noticiá-lo ao poder público – que serve para restringir a racionalidade dos cartéis e evitar conluios entre agentes econômicos nos diversos mercados que compõem a economia, especialmente diante do fato de que a leniência prestigia uma ordem de chegada, pela qual apenas o primeiro noticiante da existência do cartel se qualifica para o programa com prejuízo para os demais. (CADE, 2016c, p. 1-2)

<sup>62</sup> Azevedo aponta que “o acordo de leniência tem por efeito desestabilizar cartéis porque afeta os incentivos das empresas em não cooperar ou, mais especificamente, em confessar a participação no ilícito. Ao alterar o valor relativo dos custos e benefícios da cartelização, a possibilidade de celebração de acordo de leniência reduz a probabilidade de ocorrência de cartéis, um efeito indireto talvez mais importante do que o de aumentar a probabilidade de detecção de cartéis” (AZEVEDO, 2014, p. 279-280).

tiverem interesse em colaborar com as investigações poderão celebrar Termo de Compromisso de Cessação (TCC) com o CADE<sup>63</sup>.

Em contrapartida, as empresas buscam atender ao disposto nos artigos 86 e 87 da Lei nº 12.529/2011 e no Regimento Interno do CADE (Resolução nº 1, com alterações da Resolução nº 5/2013) para obterem benefícios. A celebração de acordo de leniência, nos termos da Lei nº 12.529/2011, determina a suspensão do curso do prazo prescricional e impede o oferecimento da denúncia em relação ao agente beneficiário da leniência, além de outros benefícios dispostos em seu artigo 86, § 4<sup>64</sup>.

O acordo de leniência surge como importante aliado na detecção de possíveis cartéis no setor de autopeças, tanto no Brasil quanto em outros países. Dos processos administrativos instaurados a partir de 2014, nota-se que o instituto é relevante. Nesse sentido:

Parte das investigações parece estar relacionada com o que às vezes é chamado de efeito “bola de neve” dos programas de leniência. As empresas que são descobertas em uma investigação realizam frequentemente uma auditoria interna para determinar se outras divisões de negócios também estão envolvidas em condutas ilegais. E se este é o caso, eles tipicamente irão apresentar um pedido de leniência, ou seja, eles vão divulgar esta conduta voluntariamente às autoridades, a fim de serem isentas/ou reduzir penalidades por infrações nessas outras áreas de negócio. No âmbito do programa “Amnistia Plus” dos EUA, existe mesmo um duplo incentivo Empresas a fazer tal autodenúncia voluntária. (BIRD & BIRD, 2012, tradução nossa<sup>65</sup>).

<sup>63</sup> De acordo com o Memorando de Entendimentos entre CADE e o MP: “Os TCCs proporcionarão às empresas e/ou indivíduos, a depender da ordem cronológica em que contatarem o CADE, maiores ou menores descontos na multa esperada em uma possível condenação (art. 85 da Lei nº 12.529/2011). Além disso, o Cade poderá auxiliar o compromissário na interface com o Ministério Público a fim de facilitar a negociação de um acordo de colaboração premiada” (CADE, 2016c).

<sup>64</sup> “Art. 86. O Cade, por intermédio da Superintendência-Geral, poderá celebrar acordo de leniência, com a extinção da ação punitiva da administração pública ou a redução de 1 (um) a 2/3 (dois terços) da penalidade aplicável, nos termos deste artigo, com pessoas físicas e jurídicas que forem autoras de infração à ordem econômica, desde que colaborem efetivamente com as investigações e o processo administrativo e que dessa colaboração resulte: [...]

§ 4º Compete ao Tribunal, por ocasião do julgamento do processo administrativo, verificado o cumprimento do acordo:

I - decretar a extinção da ação punitiva da administração pública em favor do infrator, nas hipóteses em que a proposta de acordo tiver sido apresentada à Superintendência-Geral sem que essa tivesse conhecimento prévio da infração noticiada; ou

II - nas demais hipóteses, reduzir de 1 (um) a 2/3 (dois terços) as penas aplicáveis, observado o disposto no art. 45 desta Lei, devendo ainda considerar na gradação da pena a efetividade da colaboração prestada e a boa-fé do infrator no cumprimento do acordo de leniência.” (BRASIL, 2011).

<sup>65</sup> No original: “Part of the investigations seems to be related to what is sometimes referred to as the “snowball effect” of leniency programmes. Companies that are caught in an investigation often carry out a detailed internal audit to determine whether other business divisions are involved in illegal conduct as well. If this is the case, they typically will file a leniency application, i.e. they will disclose this conduct voluntarily to the authorities in order to be exempt from fines for infringements in these other business areas. Under the US “Amnesty Plus” programme, there is even a double incentive for companies to make such a voluntary self-disclosure since applicants not only can obtain amnesty on the second cartel but are also granted a reduction of the fine for their participation in a first cartel”.

O risco de que a conduta anticoncorrencial dos fornecedores de peças seja levada ao conhecimento das autoridades competentes aumentou significativamente: muitas das empresas investigadas realizaram ou estão realizando investigações internas e tendem a denunciar os concorrentes se descobrirem atividades ilegais em outras áreas. Nesse sentido, a leniência pode surgir como estratégia de defesa para as empresas, uma vez que muitas delas atuam em vários mercados do setor automobilístico, sendo que indícios de cartelização em um deles podem indicar a prática em outros.

A recente “onda” de processos administrativos instaurados pelo Conselho destinados a investigar cartéis no setor automotivo faz parte de um *enforcement* que passou a ser observado no âmbito internacional em meados de 2013/2014. Os motivos serão mais bem detalhados nas seções seguintes, mas por ora cumpre destacar que, dos casos submetidos ao CADE, muitos ainda estão em instrução processual, impossibilitando estudo mais acurado, ainda mais porque as Notas Técnicas emitidas pela Superintendência-Geral apresentam restrições de confidencialidade que impedem conclusões a respeito dos detalhes dos cartéis<sup>66</sup>.

Com efeito, ao contrário do que ocorrerá nos dois capítulos seguintes, neste, dedicado ao estudo da prática de cartel, não se procederá à análise de casos específicos e paradigmáticos que atestem os efeitos nocivos da prática no *aftermarket*. O que será feito é o exame dos dados disponibilizados que podem apontar as características mais genéricas e os efeitos prováveis da cartelização do setor por parte de fabricantes de autopeças. Além disso, nos casos instaurados envolvendo a indústria de autopeças, em que pese serem mercados distintos (de componentes específicos), a forma de atuação dos agentes é semelhante, conforme será demonstrado na próxima seção.

Do exame dos documentos disponibilizados pelo CADE, não é possível proceder à individualização de condutas que conclua em direção à uniformidade do modo de operação das pessoas físicas e jurídicas investigadas. Entretanto, a Superintendência-Geral dispõe que as provas indiciárias apontam que os funcionários das empresas estariam combinando entre si

---

<sup>66</sup> Nas versões públicas, as restrições de confidencialidade estão dispostas da seguinte forma:

“RELATÓRIO

Trata-se de Inquérito Administrativo Sigiloso instaurado em 05 de junho de 2014, por meio da Nota Técnica de fls. 626/680, acolhida pelo Despacho de fl. 681, com vistas a apurar suposto cartel de sistemas térmicos automotivos.

O caso em análise foi iniciado [CONFIDENCIAL].

[CONFIDENCIAL]

Em síntese, [CONFIDENCIAL]

Em 1º de dezembro de 2014, de forma a que fosse possível empreender a análise do material apresentado [CONFIDENCIAL], foi exarada decisão de prorrogação do prazo do Inquérito Administrativo, com fundamento no art. 66, §9º, da Lei nº 12.529/2011, e conforme os termos expostos na Nota Técnica nº. 402/2014 da Superintendência Geral (fls. 683/684)” (CADE, 2015a).

quem apresentaria as melhores propostas nos processos de cotação (*Requests for Quotation – RFQs*) das montadoras de automóveis, por meio da adoção de estratégias para direcionar o acordo entre eles firmado. Essa prática teria restringido o caráter competitivo do processo de cotação e afetado potencialmente os custos dos automóveis nos mercados investigados. (CADE..., 2016).

Ainda que não seja possível prever a conclusão dos casos que se encontram em fase de instrução no CADE, a experiência internacional permite vislumbrar como poderiam se desdobrar. De acordo com as características observadas no âmbito internacional, constata-se a existência de indícios de correlação entre as práticas e as empresas classificadas como sistemistas<sup>67</sup>, de acordo com a divisão do mercado de fabricantes de autopeças descrita no capítulo anterior. Deve-se ter em vista, nesse sentido, que muitas das subsidiárias dessas multinacionais estão localizadas no Brasil, já tendo sido punidas por essas práticas nos EUA, Ásia e Europa. Por esse motivo, a doutrina indica que muitas se anteciparam às investigações brasileiras para se autodelatar e entregar concorrentes.

Dois exemplos de casos submetidos ao CADE ilustram essa tendência. O primeiro diz respeito à alemã Bosch, maior fabricante de autopeças na América Latina, que fez acordo de leniência no Brasil, após ser citada por sua concorrente em processo nos EUA. A empresa admitiu ter manipulado preços de velas de ignição com a NGK entre 2000 e 2013. As duas também repartiam os contratos a serem atendidos, para evitar queda em suas participações de mercado<sup>68</sup>.

O segundo exemplo refere-se ao processo envolvendo a empresa Tenneco, que abriu mão da confidencialidade de sua identidade e também firmou acordo de leniência no mercado de amortecedores envolvendo as concorrentes Affinia, Dana, Magnetti Marelli e CorvenSacif<sup>69</sup>.

<sup>67</sup> Para que se tenha uma noção do tamanho dessas empresas, tome-se como exemplo a SKF, empresa que produz rolamentos automotivos e industriais. De origem sueca, o grupo está presente em mais de 130 países, possui mais de 100 plantas de produção e também empresas de vendas apoiadas em cerca de 15.000 locais de distribuição. No Brasil, a SKF possui uma planta de produção no estado de São Paulo e faz negócios principalmente por meio de três divisões: Divisão Industrial e Divisão de Serviço, atendendo a fabricantes de equipamentos industriais originais (OEMs) e a clientes *aftermarket* (IAM industrial), respectivamente; e Divisão Automotiva, atendendo OEMs automotivos e clientes *aftermarket* (IAM automotivo). (CADE, 2014b, p. 18).

<sup>68</sup> Indica-se a leitura do Processo Administrativo nº 08700.005789/2014-13. O caso teve início a partir da assinatura, em julho de 2014, de um acordo de leniência entre a Superintendência-Geral do CADE, o Ministério Público Federal, o Ministério Público do Estado de São Paulo e a empresa Bosch. A última movimentação processual data de 03/05/2017 (CADE, 2016k).

<sup>69</sup> Processo Administrativo nº 08700.004629/2015-38. (CADE, 2017b). Ao fim da realização deste trabalho, o MPF emitiu parecer com data de 17/07/2017, disponibilizado somente em 27/07/2017, opinando pela condenação de todas as Representadas por infração à ordem econômica, com fulcro no art. 20, incisos I, II e IV c/c o art. 21, IV e V, ambos da Lei nº 8.884/1994 (correspondentes ao art. 36, incisos I, II e IV e seu § 3º, incisos III e IV, todos da Lei nº 12.529/2011). Apontou que a medida adequada, necessária e proporcional para a garantia da concorrência no *aftermarket*, além da aplicação da multa, é permitir aos FIAPs que atuem neste mercado. (CADE, 2017a).



Nesse caso, as evidências apontaram que as empresas fixavam preços e condições comerciais, utilizando-se de “listas de preços” e aumentos coordenados para o *aftermarket*. Elas também resistiam às solicitações das clientes montadoras, para que os preços dos produtos não fossem reduzidos.

A partir dos dados coletados nos pareceres disponibilizados pelo CADE e por outras autoridades antitruste internacionais, a próxima subseção apontará quais fatores do mercado favorecem a cartelização do setor, demonstrando todo o potencial ofensivo que a prática pode provocar para a cadeia automobilística como um todo (mercados primário e secundário).

### **3.2 Fatores que contribuem para a prática de cartel no setor automotivo e reflexos no aftermarket**

Conforme aponta John M. Connor (2013), referindo-se ao mercado estadunidense, os muitos casos de cartéis envolvendo o mercado de autopeças permitem concluir estar-se diante de mais um caso do que ele denomina como “supercartel”, alcançando proporções semelhantes às do cartel das vitaminas da década de 1990<sup>70</sup>. Esses “supercartéis” apresentam características singulares, quais sejam: (i) possuem alcance global; (ii) abarcam grande número de produtos distintos (isto é, cartéis separados), com sobreposições; e (iii) direcionam a fixação de preços aos clientes em um canal vertical de produção e distribuição. Em suma, essa modalidade de cartelização apresenta estrutura complexa, muito em função da vasta capilaridade e segmentação do setor, demonstradas no capítulo anterior.

Destarte, diante da proporção que esses cartéis assumem, surge uma questão acerca de quais condições favorecem a formação de conluíus no mercado em epígrafe. Conforme apontado pelo ex-Conselheiro Relator do processo “CSN-Cosipa-Usiminas”<sup>71</sup>, Ruy Santacruz, algumas condições clássicas favorecedoras da formação de cartéis podem ser elencadas, quais sejam: (i) reduzido número de empresas, (ii) homogeneidade do produto, (iii) existência de elevadas barreiras à entrada, (iv) baixo custo de monitoramento do conluio, (v) existência de desestímulos à deserção, (vi) semelhança na estrutura de custos, (vii) aparato tecnológico avançado e semelhante; (viii) quotas estáveis de participação de mercado. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2015).

<sup>70</sup> O autor se refere ao caso internacional que foi julgado no Brasil no Processo Administrativo nº 08012.004599/1999-18.

<sup>71</sup> Processo Administrativo nº 08000.015337/1997-48. No mesmo sentido, ver João Bosco Leopoldino Fonseca (2008, p. 42).

Como consequência dessas condições de mercado, é de se esperar preços semelhantes na indústria e reajustes próximos nos seus montantes e no tempo, mesmo na ausência de cartel. Isso porque qualquer diferencial de preços entre os concorrentes provocaria imediata e significativa perda de mercado para aqueles que mantenham preços mais elevados. Nesse mesmo sentido, alterações das condições de custos ou de demanda provocariam reajustes de preços semelhantes, uma vez que nenhuma empresa manteria seu mercado com preços mais elevados do que as demais. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2015, p. 451).

Em que pese a análise acima ter sido realizada em um mercado distinto do escolhido no presente estudo, é possível afirmar que o mercado de autopeças brasileiro apresenta muitas das condições favorecedoras da formação de cartéis. Com efeito, algumas condições descritas podem ser examinadas em correlação ao objeto aqui estudado.

No que diz respeito ao reduzido número de firmas, da análise dos recentes casos submetidos ao CADE, as denúncias de cartelização na fabricação de autopeças demonstram que o número de empresas participantes é relativamente pequeno (variando de duas até seis), conforme pode ser extraído do Quadro 2:

Quadro 2 – Mercado envolvido e empresas investigadas nos processos administrativos instaurados pelo CADE

<b>Processo</b>	<b>Mercado envolvido</b>	<b>Empresas investigadas</b>
08700.010323/2012-78	Sistemas térmicos	Behr, Denso, Modine, Visconde e Valeo
08700.010320/2012-34	Limpadores de para-brisa	Eletromecânica Dyna e Valeo
08012.005324/2012-59	Rolamentos antifricção	Koyo/JTEKT, Nachi, Schaeffler, SKF, SNR e Timken
08700.010321/2012-89	Revestimentos de embreagem	Fras-le, Termolite, Raybestos e Valeo.
08700.004629/2015-38	Amortecedores	Affinia, Dana, Magnetti Marelli Cofap e Tenneco
08700.004631/2015-15	Dispositivos de segurança	Autoliv e Takata
08700.005789/2014-13	Velas de ignição	Bosch e NGK
08700.009167/2015-45	Substrato de cerâmica	Corning e NGK

Fonte: Elaboração própria, baseada em dados de Superintendência... (2016).

As denúncias de cartelização na fabricação de autopeças no Brasil geralmente envolvem as chamadas empresas sistemistas (*tier 1*), reduzidos, porém grandes grupos empresariais, que vêm se consolidando cada vez mais no mercado global. O *tier* dos sistemistas é extremamente concentrado, sendo representado por companhias globais altamente capitalizadas. Já os fabricantes dos *tiers 2* e *3* são, em sua maioria, no Brasil, pequenos e médios, porém mais numerosos. As empresas investigadas são aquelas que detêm considerável *market share*. Ainda que nem sempre a existência de elevada margem de mercado detida pela empresa possa significar a existência de posição dominante, é comum que as análises antitruste sobre as

estruturas de mercado considerem esse fator. Por conseguinte, a parcela de mercado constitui indício de poder econômico detido por uma empresa, de modo que ela possa agir com indiferença e independência em relação aos atos dos outros agentes do mercado. (FORGIONI, 2013).

Além disso, além de predominantes, as empresas sistemistas estão dispostas em uma estrutura oligopolizada de mercado. Há poucos fornecedores, que tendem a ser agrupados geograficamente. Essa redução progressiva do número de fornecedores constitui característica que marca a relação com seus principais clientes, as montadoras, e esse atributo se aplica a todo o setor. A influência exercida pelas montadoras, um pequeno grupo de empresas, selecionando quais fornecedores podem lhes atender, faz com que o mercado se torne cada vez mais fechado.

Consequentemente, a dependência que os consumidores<sup>72</sup> mantêm do produto constitui um fator que pode reforçar a posição dominante das fabricantes de autopeças, ainda que suportando certo grau de concorrência. Nesse sentido, Paula Forgioni (2013, p. 279) aponta que há, nesses casos, baixo grau de elasticidade cruzada do produto, “sendo reduzida sua cambialidade com similares, ainda que satisfaçam necessidades do consumidor bastante parecidas”. Este cenário é o que ocorre com uma determinada marca e seus “fiéis seguidores”. Por conseguinte, a falta de elasticidade cruzada do produto com similares assegura ao agente uma situação típica de um monopolista, qual seja, de independência e indiferença.

Em paralelo, os fornecedores tornaram-se maiores em termos de escala, finanças, geografia e do papel que assumem. Muitos setores são dominados por poucos fornecedores<sup>73</sup>, os quais, por sua vez, vêm também simplificando o seu processo de compras e reduzindo o número de empresas fornecedoras. O número de fornecedores por modelo de veículo gira em torno de 250 a 300, sendo menor o número por planta. Um mesmo modelo fabricado em unidades/países diferentes pode ter fornecedores diferentes para determinados produtos, e cada sistema do veículo constitui um mercado relevante distinto, ainda que possuam estruturas de custos semelhantes.

A pequena quantidade de membros constitui um facilitador para a ocorrência de deliberações com escopo anticompetitivo, com menos chance de conflito e desagregação, sem contar, é claro, com a existência de maior concentração e participação de mercado de cada um

---

<sup>72</sup> Como destacado no segundo capítulo da presente pesquisa, no mercado primário as montadoras são os clientes das fabricantes de autopeças. Porém as mesmas montadoras atuam no mercado secundário revendendo suas peças via concessionários. Já o setor independente também representa parcela significativa de escoamento das peças produzidas pelos fabricantes, inicialmente no atacado, via distribuidoras, passando pelo varejo até alcançar os centros automotivos e consumidores finais.

<sup>73</sup> Como assentos (Johnson Controls, Lear, Faurecia e Magna), ar-condicionado (Behr, Delphi, Denso, Valeo) e sistemas de gerenciamento de motores (Bosch, Delphi, Denso, Magneti Marelli, Visteon), entre outros.

dos poucos agentes econômicos. Vale ressaltar que a mera existência de poder econômico ou mesmo seu exercício não comprovam o funcionamento de um cartel, porém agravam os efeitos negativos advindos do conluio.

Para ilustrar essa estrutura oligopolizada das empresas sistemistas, os dados da Magneti Marelli Cofap, uma das maiores empresas do cenário mundial, demonstram que, apenas no Brasil, com a marca Cofap, essas estruturas possuem 65% de *market share* do mercado de amortecedores, 39% do mercado de molas helicoidais, 35% do mercado de juntas homocinéticas e 33% do mercado de bandejas de suspensão, garantindo, assim, uma liderança no setor de suspensão. Além disso, na linha Magneti Marelli, a empresa lidera no sistema de injeção eletrônica com 48% de participação, também apresentando uma participação de 28% em iluminação e 23% em *sending units*<sup>74</sup>.

Essa tendência é observada em outros mercados, como o estadunidense, no qual apenas quatro dos fornecedores de produtos de iluminação automática possuem mais de 90% da oferta nacional e quatro fornecedores de cablagens detêm 77% do mercado global (CONNOR, 2013).

Além disso, John M. Connor indica, com base em Bird & Bird (2012), que há encontro de concorrentes em diversos eventos, como feiras ou *workshops*, o que cria oportunidades para eventuais discussões ilegais. A reputação do mercado de trabalho da indústria automobilística é de segmentação, e seus gerentes e executivos, tanto do mercado primário (*foremarket*) quanto do secundário (*aftermarket*), possibilitam a rotatividade empregatícia, por meio do envio de empregados a outras empresas dos diversos setores. O autor aponta que o compartilhamento legalizado de informações técnicas entre fornecedores rivais pode, no futuro, modificar-se para abranger troca de informações sobre transações de vendas, preços ou planos. (CONNOR, 2013).

Sindicatos e associações podem criar um ambiente que facilite o conluio entre agentes. A título de exemplo, cita-se o caso dos cartéis envolvendo rolamentos antifricção (CADE, 2014b). Em depoimento, um dos atuantes no conluio apontou que:

[CONFIDENCIAL], informou que os contatos com concorrentes no ocorriam pelo menos desde 1986, *in verbis*: Quando iniciei minhas atividades na área de vendas, em 1986, já havia contatos com concorrentes. Naquela época, a maioria dos contatos ocorria no Sindipeças. Nesses encontros, os concorrentes discutiam aumento de preços, variação de câmbio, custos de mão-de-obra e de matéria-prima para o segmento de *aftermarket*. (CADE, 2014b, p. 4).

Em que pese as importantes deliberações e diretivas de sindicatos e associações, entre elas a elaboração de estudos da indústria, advocacia perante o governo para discutir os

<sup>74</sup> Dados apresentados pela diretora-presidente da Magneti Marelli Cofap Autopeças, Eliana Giannoccaro, em revista especializada. (GIANNOCCARO, 2015)

interesses setor, e sem tirar conclusões precipitadas sobre seus funcionamentos, a prática pode indicar que esses ambientes são propícios para conluio entre agentes. Ademais, cumpre destacar a atuação ativa por parte de sindicatos em outros mercados, notadamente o de combustíveis, de forma a auxiliar na uniformização ou coordenação das condutas comerciais de seus filiados.

Além disso, Bird & Bird indicam que grande parte dos empregados da indústria de autopeças desconhece as regras de *compliance*, aumentando, assim, o risco de infrações antitruste – uma realidade observada até mesmo em países com *enforcement* mais maduro. O conhecimento das regras da concorrência não se mostra, de fato, completo e, embora muitos estejam conscientes de que é ilegal fixar preços ou compartilhar mercados com concorrentes, poucos funcionários saberiam quais informações podem ou não discutir ou divulgar aos concorrentes. O que consideram como conversa inofensiva geralmente envolve a divulgação de informações comerciais sensíveis que podem ser qualificadas como “prática concertada” ilegal e levar a multas elevadas. Os exemplos a seguir ilustram bem essa situação, em que conversas aparentemente triviais entre concorrentes podem influenciar futuros conluios:

“Fabricante de automóveis X nos disse que você tem vindo oferecer um preço de peças de XX.XXX para este projeto. Isso é verdade?”

“A nova cláusula de indexação de preços que fabricante de automóveis Z quer usar é ultrajante. Nós definitivamente não vamos aceitá-la.”

“Acabamos de transferir nossas instalações de testes para a República Tcheca.”

“Nós não iremos concorrer para este projeto, uma vez que não temos capacidade suficiente.” (BIRD & BIRD, 2012, tradução nossa<sup>75</sup>).

A duração das colusões em investigação e daquelas já reconhecidas também constitui fator de destaque. Connor (2013) explica que a informação atualmente disponível pode comprovar que os contatos ilegais vêm sendo contínuos, já que tipicamente durariam entre seis ou sete anos. Porém, das investigações até então realizadas no mundo inteiro no setor de autopeças, os indícios demonstram que esse tempo se estende para cerca de oito ou nove anos, podendo, em muitos casos, durar mais de uma década<sup>76</sup>.

<sup>75</sup> No original: "Car manufacturer X told us that you have been offering a parts price of € yy.yy for this project. Is that true?"

"The new price indexation clause that car manufacturer Z wants to use is outrageous. We are definitely not going to accept it."

"We just moved our testing facilities to the Czech Republic."

"We won't bid for this project since we don't have sufficient capacity."

<sup>76</sup> Dos casos analisados pelo CADE, pode-se extrair que a duração dos conluios é também igualmente grande, superando até os casos já mencionados. Nesse sentido, as investigações no mercado de sistemas térmicos – que incluem radiadores, condensadores e sistemas de aquecimento, ventilação e ar-condicionado – relatam que as condutas teriam ocorrido entre 1999 e 2010 (Processo Administrativo nº 08700.010323/2012-78). O mesmo

No que diz respeito à homogeneidade dos produtos, na análise dos mercados investigados, percebe-se que aqueles são substitutos entre si, existindo pouca ou nenhuma diferença entre o produto que vende um ofertante e o que vendem os demais, ou seja, certa padronização existe. Nesse sentido, quando se observa, por exemplo, o mercado de velas para ignição, as empresas Bosch e NGK produzem peças com alto padrão de qualidade e que atendem à especificação do veículo, ficando a critério do consumidor qual marca melhor lhe agrada.

Dentro de alguns dos cartéis já condenados por outras autoridades, muitos produtos são abrangidos por sistemas integrados de peças. Por exemplo, um produto aparentemente bem definido como *cablagem* (montagem das conexões de um aparelho elétrico ou eletrônico) engloba muitos produtos relacionados, tais como os citados por Connor: “fiação elétrica automotiva, montagens de fio de chumbo, ligação de cabo, conectores de fiação automotiva, terminais de fiação automotiva, fiação de alta tensão, controle eletrônico Unidades, caixas de fusíveis, caixas de relés e blocos de junção” (CONNOR, 2013, p. 5, tradução nossa<sup>77</sup>).

O fator tecnologia de produção madura e semelhante também está presente por meio da consolidação de uma plataforma-base para desenvolvimento de veículos, envolvendo a redução do número de plataformas e sua utilização em vários modelos das montadoras e suas subsidiárias (Volkswagen e Audi, Fiat e Alfa Romeo, por exemplo). A plataforma vem sendo mais amplamente definida e alterada, incorporando mais peças e podendo incluir transmissão, suspensão, estruturas de assoalho e sistemas elétrico, de direção e de combustível. Essa definição mais ampla e o compartilhamento por vários modelos são aspectos muito relevantes para o setor de autopeças, pois permitem ganhos consideráveis de escala e racionalização de custo e tempo de desenvolvimento, muito embora possam ser considerados facilitadores da colusão.

Os mercados em questão também apresentam elevadas barreiras à entrada de concorrentes, muito em função da dificuldade de se competir com as sistemistas, que possuem intensa participação na produção e no desenvolvimento dos novos projetos das montadoras. “Esse tipo de relacionamento é derivado da capacidade destas [empresas sistemistas] de atender grande parte das exigências de fornecimento das montadoras, que em boa medida está ligada à alta participação de capital estrangeiro no nível (multinacionais)” (BOSICA, 2014, p. 24).

---

ocorreu no mercado de velas de ignição, no qual as condutas teriam sido realizadas entre os anos 2000 e 2013 (Processo Administrativo nº 08700.005789/2014-13).

<sup>77</sup> No original: “[...] automotive electrical wiring, lead wire assemblies, cable bond, automotive wiring connectors, automotive wiring terminals, high voltage wiring, electronic control units, fuse boxes, relay boxes, and junction blocks”.

Embora a mesma dificuldade não seja observada para o surgimento de novos competidores nos demais níveis da cadeia de produção (*tiers* 2 e 3), é inegável que as sistemistas são as grandes protagonistas do setor e que os casos apreciados pela autoridade antitruste brasileira dizem respeito a essas empresas, que já dominam o mercado nacional desde meados da década de 1990. Ressalte-se que o protagonismo das sistemistas se deve ao fato de possuírem homologação das montadoras nas peças utilizadas na linha de montagem e também ao fato de que suas peças são consideradas as ‘originais’ dos veículos, constituindo importante diferencial competitivo no *aftermarket*.

As montadoras, ao realizarem o processo de cotação para fornecimento de peças, por vezes oferecem informações sobre os preços das concorrentes, o que muitas vezes leva os funcionários a acreditarem que esses valores não são realmente confidenciais. Considerando que essas informações sobre preços repassadas pelos compradores carecem, por vezes, de confiabilidade, cria-se um forte incentivo para “verificar” com o concorrente em questão se ele efetivamente apresentou os preços divulgados.

Nos processos em curso na autoridade brasileira competente envolvendo o setor e que aqui são analisados, as condutas empresariais investigadas consistem basicamente em (i) fixação de preços e condições comerciais; (ii) alocação de clientes e divisão de mercados entre concorrentes; e (iii) compartilhamento de informações comerciais sensíveis. As discussões entre os concorrentes podem tratar dos seguintes temas: (a) a cotação a ser submetida em relação a certos projetos específicos; (b) os níveis de preços praticados para o mercado OEM; (c) os aumentos de preços a serem realizados em certas montadoras de automóveis; (d) os volumes de vendas no mercado; (e) a divisão de clientes (montadoras de automóveis no mercado OEM); e (f) o aumento de preços no IAM.

Para melhor compreender essas condutas, optou-se neste trabalho por trazer inicialmente a experiência internacional no assunto. A partir dela, poderão surgir reflexões e respostas aos problemas temáticos brasileiros.

### **3.3 A experiência internacional**

A indústria de peças automotivas está sujeita a uma das maiores investigações globais de cartéis na história recente, que se iniciou em meados de 2010. As autoridades antitruste que iniciaram as investigações no mercado de autopeças foram o Departamento de Justiça dos EUA (DOJ); o Canadian Competition Bureau (CCB); a DG Competition, da União Europeia; e a

Japanese Fair Trade Commission (JFTC). Por conseguinte, outras autoridades antitruste iniciaram suas apurações, à medida que mais detalhes sobre as condutas foram surgindo.

Traçado o histórico até meados de 2010, é possível observar que o número de fabricantes de autopeças condenados por cartel é bastante reduzido, levando-se em conta a grande dimensão do setor automobilístico. Da análise de dados realizada por Connor, elencam-se 11 deles, conforme aponta a Tabela 4:

Tabela 4 – Cartéis relacionados ao setor automobilístico e de autopeças entre 1990 e 2013

<b>Mercado envolvido e país</b>	<b>Nº empresas envolvidas</b>	<b>Data da descoberta</b>	<b>Período de colusão</b>	<b>Penalidades (milhões de dólares)</b>
Fabricação de baterias – Coreia	4	10/11/2004	2003/2004	1,6
Pneus – Índia	5	2010	2005/2010	0 (Cancelada)
Fabricação de baterias – vários países	5	04/06/2001	1993/2000	106
Eletrodos de soldagem automotivos – França	5	16/12/2010	2002/2005	0,133
Automóveis, importações canadenses – EUA	8	2003	2001/2006	36
Fabricação e distribuição de automóveis – Turquia	19	09/09/2009	2006/2009	148
Pós-vendas de filtros de ar – EUA	11	06/08/2008	1999/2008	0 (falsa acusação)
Vidros – Europa	4	24/02/2007	1998/2003	1757
Frete FEFC (automóveis do /para extremo leste europeu) – vários países	4	28/03/2003	1995/2003	Não informado
Fabricação de caminhões – Europa	6	16/09/2010	não especificado	Não informado
Fabricação e distribuição de automóveis – Espanha	3	26/07/2013	não especificado	Não informado

Fonte: Connor (2013, p. 11, tradução nossa).

Dos casos acima listados, o que ganha maior destaque é aquele que envolveu o mercado de vidros automotivos. Investigações de cartéis no setor eram raras até a imposição, pela Comissão Europeia, de “multas recorde no caso do cartel do vidro automóvel em 2008, com a empresa Saint Gobain sendo multada em 896 milhões de euros” (BIRD & BIRD, 2012, tradução



nossa<sup>78</sup>). As investigações que se iniciaram em meados de 2010 deflagraram novos casos de cartéis, num total de 34, ilustrados pelo Quadro 3.

Quadro 3 – Cartéis de autopeças investigados entre 2010 e 2013

<b>Mercado envolvido e país</b>	<b>Nº empresas envolvidas</b>	<b>Data da descoberta</b>	<b>Período de colusão</b>	<b>Penalidades (milhões de dólares)</b>
Sistemas de segurança – Vários países	7	11/02/2011	2005/2011	Superior a 91
Produtos de iluminação automotiva – EUA e Canadá	5	22/07/2010	2001/2008	75
Rolamentos automotivos – Vários países	6	27/07/2011	2004/2011	147,3
Refrigeradores automotivos – Europa	Mais de 2	02/2011	Não informado	Pendente
Chapas metálicas de autopeças – EUA	4	2010	2003/2008	Pendente
Sistemas térmicos automotivos – Vários países	7	13/07/2012	2000/2011	81 (fracionado)
Remessa marítima de automóveis – Vários países	Mais de 7	06/09/2012	Não informado	Pendente
Componentes elétricos de motores – Vários países	Mais de 4	07/2011	2000/2011	32,5
Cablagens automotivas – Vários países	11	23/02/2010	2000/2011	959 (fracionado)
Emissores de combustível automotivos – Vários países	Mais de 2	23/02/2010	2004/2010	597 (fracionado)
Conjuntos de painéis de instrumentos – Vários países	Mais de 2	02/2010	2002/2010	597 (fracionado)
Peças de iluminação automotiva – Vários países	4	03/2012	2000/2012	Não informado
Peças antivibração	Mais de 2	12/2012	2005/2011	0,02
Caixas elétricas automotivas – Vários países	Mais de 2	25/04/2013	2001/2006	5
Reatores de alta intensidade de descarga (para luzes de “xenon”) – Vários países	Mais de 2	18/09/2013	2003/2011	15,3
Bobinas de ignição – Vários países	Mais de 2	16/07/2013	1998/2010	19
Sensor de ângulo de direção – Vários países	Mais de 2	18/09/2013	2003/2010	15,3
Interruptores elétricos – Vários países	Mais de 2	14/11/2011	2003/2010	15,3

<sup>78</sup> No original: “In Europe, cartel investigations in the car parts industry were rare until the European Commission imposed record fines in the car glass cartel case in 2008, with Saint Gobain alone being fined € 896 million”.

<b>Mercado envolvido e país</b>	<b>Nº empresas envolvidas</b>	<b>Data da descoberta</b>	<b>Período de colusão</b>	<b>Penalidades (milhões de dólares)</b>
Autopeças de aço – Alemanha	4	25/03/2013	Não informado	Não informado
Medidores de fluxo de ar – Vários países	Mais de 2	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado)
Aquecedores de fluidos de transmissão automática – Vários países	2	26/09/2013	2002/2010	13,75 (fracionado)
Corpo de borboleta eletrônico – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado)
Motores de ventilador automotivos – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	135 (fracionado)
Sistemas de injeção eletrônica – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado)
Inversores automotivos – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado)
Peças do alternador – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado)
Máquinas de vidro elétricas – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	135 (fracionado)
Radiadores	2	26/09/2013	2002/2010	13,75 (fracionado)
Peças de motores de arranque, alternadores e bobinas de ignição – Vários países	Mais de 3	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado) + 14,5 +135 (fracionado)
Peças de conjuntos de direção assistida – Vários países	2	26/09/2013	2005/2011	103,27 (fracionado)
Peças de controles de temporização de válvulas – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	195 (fracionado)
Anilhas de para-brisas – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	135 (fracionado)
Limpadores de para-brisas – Vários países	2	26/09/2013	2000/2010	135 (fracionado)
Forros de malha (têxteis não tecidos) – Alemanha	6	10/10/2013	Não informado	Não informado

Fonte: Connor (2013, p. 12-14, tradução nossa).

Das informações do quadro, extrai-se que foram investigadas mais de 83 empresas no período mencionado (2010-2013), com multas somadas que ultrapassam dois bilhões de dólares. Algumas delas apresentam dupla contagem em termos de penalidades. Por exemplo, a Yasaki, que pagou US\$ 597 milhões por três cartéis diferentes, a Denso, que desembolsou US\$ 78 milhões por dois cartéis distintos e a Hitachi US\$ 195 milhões para nove cartéis diversos. Por isso, algumas penalidades foram indicadas com o termo “(fracionado)” (CONNOR, 2013, p. 14).

Os 34 cartéis da indústria automotiva representam somente cerca de 4% do número total de cartéis internacionais detectados até meados de 2013. Connor aponta como um dos possíveis motivos para o fato de que poucos deles foram identificados a existência de pequenos, mas sofisticados, compradores que gastaram grandes quantias. Há, ainda, por parte dos fabricantes de automóveis, a existência de quadro de funcionários com especialistas nas indústrias que vendem os insumos. (CONNOR, 2013).

O autor aponta, também, a questão da incerteza sobre como a onda atual de casos envolvendo o mercado de autopeças se iniciou, indicando como possibilidade de sua motivação as queixas de algumas montadoras da União Europeia sobre o não recebimento de informações de fabricantes de chicotes de fiação elétrica no final de 2009. Outra possibilidade poderia ser o caso, no mesmo período, de um denunciante que apresentou ao Canadian Competition Bureau (CCB) pedido de anistia em relação à sua participação em uma conspiração na indústria mundial de autopeças. De acordo com uma publicação de 17 de fevereiro de 2012 do Global Competition Review (GCR), a agência canadense enviou pedidos de informação a cinco outros fornecedores de peças automotivas após receber o pedido de imunidade e, em fevereiro de 2010, coordenou as investigações em conjunto com o DOJ, a DG Comp e a JFTC – que ocorreram nos EUA, Japão, Alemanha, Reino Unido e outros Estados-Membros da UE. (CONNOR, 2013).

Em 2011, foram realizadas novas investigações conjuntas: o DOJ e a DG Comp orientaram os fornecedores de volantes, cintos de segurança e *airbags* no primeiro semestre de 2011, e o JFTC e, novamente, a DG Comp visitaram fornecedores de rolamentos automotivos e industriais na segunda metade daquele ano.

A investigação de cartéis de peças automotivas é um exemplo do que a cooperação internacional entre agentes antitruste realizou nas últimas décadas. Agentes de todo o mundo não só partilham informações cruciais sobre o funcionamento do alegado cartel (incluindo aquelas relativas a outras jurisdições a que podem ter tido conhecimento no decurso de suas próprias investigações), mas também coordenam suas medidas de execução, nomeadamente pela realização de ações conjuntas para minimizar o risco de que os conspiradores possam alertar seus pares em outros países, nos quais tenham sido sujeitos a investigação em conjunto. Prova dessa cooperação internacional pode ser vislumbrada na condenação do cartel de rolamentos de esfera por oito diferentes jurisdições até o momento:

- O **Japão** multou os produtores de rolamentos automotivos JPY em 25 bilhões de JPY (US \$ 212 milhões); O Ministério da Justiça do Japão também impôs sanções penais contra as empresas de rolamentos e seus executivos.

- A **Coreia** multou os fabricantes de rolamentos automotivos em 77,8 bilhões de KRW (US \$ 71 milhões) E encaminhou o assunto para o processo penal ao Ministério da Justiça.
- A **China** multou os fornecedores de autopeças a um total recorde de CNY 1,24 bilhões (US \$ 200 milhões).
- **Cingapura** impôs suas primeiras multas sancionando atividades de cartel internacional contra 9,3 milhões de SGD (US \$ 7,4 milhões).
- A **UE** multou os fabricantes de rolamentos de esferas automotivos em 953 milhões de euros (US \$ 1,1 bilhão).
- **Canadá** multou fornecedores de peças de automóvel CAD 56 milhões (US \$ 45 milhões).
- A **Austrália** multou os fornecedores de rolamentos automotivos de esferas US \$ 5 milhões (US \$ 4 milhões). (HAMMOND, 2015, p. 8, tradução nossa, grifos no original<sup>79</sup>).

Todavia, muitos consideram se tratar apenas da ponta do *iceberg*. As investigações entre as principais agências antitruste do mundo continuam, e os casos em que já houve condenação têm se destacado em função das elevadas multas aplicadas aos agentes econômicos participantes.<sup>80</sup> Ademais, outras autoridades antitruste têm seguido esse exemplo de investigação no setor (no Brasil, Índia, China, entre outros).

Em análise sobre as recentes investigações empreendidas por parte da Comissão Europeia nos anos de 2015 e 2016, Anne C. Wegner, Sophie Oberhammer e Almuth Berger, destacam que o número relativamente alto de investigações no setor automotivo diz respeito à própria heterogeneidade de sistemas que compõem um automóvel, resultando em investigações apartadas de cada componente automotivo. Destacam ainda que empresas que possuem um portfólio diversificado de produtos (empresas sistemistas) estão mais expostas a multas elevadas, em função de possível reincidência. Todavia, nada impede que uma empresa

---

<sup>79</sup> No original: “• **Japan** fined automotive ball bearings and auto parts producers approximately JPY 25 billion (US \$212 million); Japan’s Ministry of Justice also brought criminal cases and imposed criminal sanctions against bearing companies and their executives. • **Korea** fined automotive ball bearings manufacturers KRW 77.8 billion (US \$71 million) and referred the matter for criminal prosecution to the Justice Ministry. • **China** fined auto parts suppliers a record total of CNY 1.24 billion (US \$200 million). • **Singapore** imposed its first fines sanctioning international cartel activity against Japanese ball bearing producers SGD 9.3 million (US \$7.4 million). • **The EU** fined automotive ball bearing manufacturers EUR 953 million (US \$1.1 billion). • **Canada** fined auto parts suppliers CAD 56 million (US \$45 million). • **Australia** fined automotive ball bearings suppliers AUD 5 million (US \$4 million)”.

<sup>80</sup> Em janeiro de 2016, a Comissão Européia estabeleceu uma multa no valor de € 13,778 milhões para os fabricantes de autopeças Mitsubishi Electric (Melco) e Hitachi por participar de um cartel de alternadores e motores de arranque. De acordo com a decisão, entre setembro de 2004 e fevereiro de 2010, as empresas coordenaram os preços e alocaram clientes ou projetos. Mesmo que as comunicações do cartel tenham ocorrido fora do mercado europeu, a Comissão Européia chegou à conclusão de que afetou os clientes europeus, uma vez que os produtos afetados foram vendidos diretamente ao continente. As multas das duas empresas foram aumentadas em 50 por cento, uma vez que eram reincidentes - ambas já foram multadas pela participação em um cartel de dispositivos elétricos em 2007. (EUROPEAN COMMISSION, 2016).

investigada em determinado mercado (sistema de freios, por exemplo) possa fechar acordo de leniência em investigações envolvendo mercados distintos (sistema de ignição e arrefecimento, por exemplo), e que a leniência exerça papel fundamental na investigação do setor. (WEGNER; OBERHAMMER; BERGER, 2016).

As vítimas podem solicitar indenização por danos sofridos na sequência de atividades de cartel, o que representa, segundo Vinícius Marques de Carvalho (2012, p. 43), “a aposta em um salto de qualidade que pode advir do estímulo à cultura da reparação de danos causados por cartéis”. No Brasil, o artigo 47 da Lei nº 12.529/2011 prevê a possibilidade de reparação pelos prejuízos causados por infração à ordem econômica (BRASIL, 2011). Ainda com aplicação restrita no Brasil, em países com Estados Unidos e Canadá o pedido de reparação é fator fundamental para que os sujeitos prejudicados pelas práticas de cartel, por exemplo, possam recuperar-se dos danos sofridos, servindo como mecanismo de justiça distributiva, sem contar que fomenta a promoção da cultura da concorrência (CONNOR, 2004).

Ainda no âmbito internacional, por exemplo, em dezembro de 2015, a Peugeot Citroën apresentou pedido de indenização ao Tribunal de Recurso da Concorrência do Reino Unido contra a empresa Pilkington e outros membros do cartel de vidros automotivos, alegando que continuava sofrendo com a imposição de preços excessivos na compra de vidro de automóveis por cerca de oito anos após o encerramento do cartel. BMW, Rolls-Royce, Volvo e Saab também estão processando a Pilkington no Reino Unido pelo mesmo motivo. Mais recentemente, a Peugeot-Citroën ingressou com nova ação de indenização perante o UK Competition Appeal Tribunal para obter indenização dos cartéis de rolamentos automotivos. (CONNOR, 2013). A União Europeia implementou legislação destinada a tornar essas alegações mais fáceis de serem investigadas. Trata-se da Diretiva 2014/104/EU, de 26 de novembro de 2014, que trouxe a normativa sobre aplicação privada das normas de concorrência, tratando expressamente da indenização aos lesados por cartéis<sup>81</sup>.

De acordo com Wegner, Oberhammer e Berger, dada a grande quantidade de investigações de cartéis na indústria automotiva, o número de reivindicações de reparação ainda

---

<sup>81</sup> O item 1 (ou nº 1) do artigo 3º da Diretiva, a respeito do *enforcement* privado, dispõe que: “Os Estados-Membros asseguram que as pessoas singulares ou coletivas que sofram danos causados por infrações ao direito da concorrência possam pedir e obter a reparação integral desses danos” (UNIÃO EUROPEIA, 2014). Entretanto, como afirmam Leonor Cordovil e outros, ao citarem os estudos de Craig Corbitt, “a maior dificuldade encontrada no desenvolvimento de ações de reparação por prejuízos causados por infrações concorrenciais, sobretudo cartéis, é a coleta das informações necessárias para comprovar o dano. Geralmente, a preparação para ações robustas envolve altos custos com advogados e grande dispêndio de tempo com a busca de documentos. Isso porque não basta apenas alegar que há dano difuso, deve-se comprovar que ele efetivamente foi causado ao mercado, a um grupo de consumidores ou concorrentes, ou a um consumidor ou concorrente, que efetivamente existiu e o nexo de causalidade com a conduta imputada e com o seu agente” (CORDOVIL *et al.*, 2011, p. 137).

é baixo. Entretanto, como já apontado no caso da Peugeot Citroën, as montadoras começaram a se aproximar das empresas fabricantes de autopeças que foram multadas pelos acordos extrajudiciais, sendo que estas empresas começaram a se preparar para eventuais reivindicações. (WEGNER; OBERHAMMER; BERGER, 2016).

### 3.4 Conclusões do capítulo

Nos últimos anos, o setor de autopeças tem sido alvo de investigações por parte de diversas autoridades antitruste no mundo. Este capítulo se propôs a realizar um breve diagnóstico de características estruturais e produtivas do setor para, assim, compreender quais fatores podem favorecer eventual prática concertada entre concorrentes. Trata-se de um mercado de suma relevância para a economia nacional, responsável por agregar diversos setores produtivos e estratégicos.

A maioria dos cartéis foi formada em meados das décadas de 1990 e 2000, a partir da mudança da política de fornecimento das montadoras, que, com maior competitividade no mercado primário, passaram a buscar formas de reduzir os custos de insumos e componentes de veículos. Além disso, após a crise de 2008, várias investigações envolvendo a prática de cartel entre fabricantes de autopeças foram deflagradas.

As montadoras de automóveis há muito tempo exercem forte pressão sobre seus fornecedores para reduzir os preços de seus insumos. Questiona-se se essa pressão de fato influencia o conluio e se as montadoras seriam “vítimas” de seu próprio sistema de compras e exigências. Ainda que essa talvez seja a maior alegação por parte dos fabricantes envolvidos em condutas teoricamente colusivas para justificar a prática, buscou-se demonstrar suas incoerências. São inúmeros os fatores que contribuem para a formação de cartéis nesse mercado, até em função de sua estrutura.

A forma como as montadoras selecionam produtores e fazem cotações no mercado pode, de fato, influenciar na conduta concertada, porém está longe de ser considerada uma defesa afirmativa para a possível prática de conluios. Isso porque os fabricantes não fornecem unicamente às montadoras: também atuam no *aftermarket*. Por mais que se possa questionar as políticas de compras das montadoras – que exigem preços cada vez mais baixos, apesar do aumento dos custos de insumos –, fazendo com que diminuam suas margens de lucro, por receio de perderem seus contratos de fornecimento, no *aftermarket* o cenário é outro.

Essa pressão observada no *foremarket* não existe no mercado secundário, sobretudo no atacado e varejo independente – heterogêneo e segmentado. Como toda cadeia de reposição

depende dos fabricantes, aqui eles assumem o papel de protagonistas. Por conseguinte, a pouca margem de lucro que é questionada no mercado OEM pode ser recuperada no mercado secundário, e, se o cartel muitas vezes é encarado como uma “ferramenta para sobrevivência” no mercado primário, no secundário ele pode se transformar em fonte de lucros supracompetitivos – atuando quase como um “retorno” de investimento perdido. Difícil seria crer que a cartelização ocorre tão somente no mercado primário, e não no secundário. Os casos submetidos tanto ao CADE quanto às outras autoridades antitruste levam a crer que as estratégias de divisão de mercados, fixação de preços e troca de informações sensíveis se perpetuam, revelando que a estratégia empresarial é única, e não dividida em razão do mercado a ser explorado.

A dimensão do mercado também define a extensão dos danos dos cartéis. Além das montadoras, um sem-número de clientes são afetados pela conduta no *aftermarket*. O acesso efetivo à variedade de produtos, preços competitivos, informações técnicas, peças de reposição e treinamento é crucial para que o mercado automotivo como um todo possa fornecer a milhões de motoristas os serviços de qualidade e as peças que merecem no atendimento pós-venda de seus veículos.

A experiência internacional revela que o aumento da cooperação investigativa entre as autoridades antitruste diminui o risco de que as provas sejam perdidas ou destruídas. A investigação das autopeças é o indício mais claro do esforço de cooperação entre EUA, Reino Unido, Comissão Europeia, Japão e outros países – e que pode ser de fundamental importância para o CADE investigar as condutas ou efeitos que repercutam no Brasil.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> A respeito de cartéis internacionais, vide o voto do Conselheiro Márcio de Oliveira Júnior no julgamento do cartel no mercado internacional de compressores para refrigeração (Processo Administrativo nº 08012.000820/2009-11), em que afirma: “o critério da territorialidade não afasta a competência nacional para processamento do cartel se houver efeitos produzidos no Brasil, isto é, a incidência da lei brasileira de defesa da concorrência abrange infrações cujos efeitos anticoncorrenciais potenciais ou efetivos tenham ocorrido no país. Por isso, não importa o domicílio ou o local onde os atos foram praticados e/ou onde os infratores são residentes: importa demonstrar que a jurisdição brasileira foi afetada pelo cartel. (...) A discussão que está sempre presente nos casos de cartéis internacionais é aquela referente aos efeitos do cartel no Brasil. Isso porque a punição pela legislação antitruste brasileira requer que haja efeitos, ainda que potenciais, no Brasil, ainda que o cartel tenha começado e/ou se desenvolvido no exterior.” (CADE, 2016h).

#### 4 ACORDOS DE EXCLUSIVIDADE E A RELAÇÃO ENTRE MONTADORAS E CONCESSIONÁRIAS NO FORNECIMENTO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO

Para que uma empresa possa desenvolver sua atividade e dar concreção à sua estratégia econômica, precisa definir a forma de obtenção e escoamento de sua produção. Para tanto, poderá extrair a matéria-prima de seus próprios meios produtivos ou adquirir seus insumos de terceiros e/ou realizar a venda por meio de outros agentes. Por conseguinte, conforme apontado por Forgioni (2013), nessa hipótese, ela lançará mão dos chamados acordos verticais.

Entende-se por acordo vertical a prática concertada de compra ou venda de bens ou serviços entre duas ou mais empresas, exercendo cada uma delas suas atividades em diferentes níveis da cadeia de produção ou distribuição. Essa prática diz respeito às condições em que as partes podem adquirir, vender ou revender os produtos contratuais (UNIÃO EUROPEIA, 2010a). Segundo Forgioni (2013, p. 356), “tais acordos podem assumir os mais variados tipos, podendo ser agrupados conforme a semelhança de sua função econômica, qual seja, viabilizar o escoamento da produção (contratos de distribuição) ou o fornecimento de bens ou serviços (contratos de fornecimento)”.

Conforme apontado por Pereira Neto e Casagrande (2016), as empresas buscam a relação vertical<sup>83</sup> daquelas atividades que possam produzir como efeitos a diminuição dos custos de transação e a produção de ganho de eficiência.<sup>84</sup> Para tanto, Forgioni (2013, p. 356) indica que, a fim de “adaptar a relação contratual às suas necessidades, agentes econômicos costumam apor determinadas cláusulas nos acordos verticais, que são chamadas de restrições verticais”<sup>85</sup>.

<sup>83</sup> Esclarece Azevedo (2010, p. 3): “Relações verticais são aquelas que englobam processos produtivos complementares, em contraste com relações horizontais, que compreendem processos produtivos substitutos. Desse modo, o emprego do termo ‘vertical’ é mais abrangente do que sua acepção intuitiva, de relação entre diferentes elos de uma cadeia produtiva. Aplica-se, portanto, a noção de relação vertical não somente a processos de agregação de valor a uma matéria-prima (e.g. transformação trigo-farinha-pão), mas também a atividades complementares não diretamente encadeadas, como a produção de sistemas operacionais e de navegadores de internet”.

<sup>84</sup> Na indústria automobilística, o que se observa entre fabricantes de veículos é o fenômeno denominado “estratégias de desverticalização”, tendo por objetivo final se tornarem, de fato, apenas montadoras de um conjunto de peças componentes, adquiridos junto aos mais diferentes tipos de fornecedores. Em outras palavras: a maioria das montadoras trabalham no sentido de se “especializarem” em seu “negócio central” (“core business”), deixando para terceiros as tarefas de fabricação de componentes. (AMATO NETO, 1994).

<sup>85</sup> Para o Direito concorrencial, as restrições são estipulações contratuais geralmente inseridas nos acordos verticais que limitam a liberdade de atuação do distribuidor ou do fornecedor (FORGIONI, 2013, p. 357). De acordo com a autora, entre as restrições mais comuns, encontram-se as restrições sobre preços de revenda (ou *resale price maintenance* – RPM), ou seja, cláusulas que visam a proporcionar, ao fabricante, certo controle sobre os preços praticados pelos fornecedores. Por conseguinte, as restrições verticais podem causar impactos competitivos relevantes e, nessa medida, são objeto de preocupação do Direito Antitruste. (FORGIONI, 2013, p. 357).



Entre as condutas verticais mais comuns, vale destacar as seguintes: exclusividade, consistente na vedação de contratação do mesmo objeto negocial com terceiros; (ii) divisão territorial, de modo que a cada região ou parcela de clientes seja designado apenas um único fornecedor do produto; (iii) restrições sobre preços de revenda, consistentes em aposições destinadas a garantir ao fabricante de certo produto um controle sobre preços praticados pelos distribuidores; (iv) venda casada, que ocorre quando o ofertante de determinado bem ou serviço vincula à realização do negócio jurídico a aquisição de outro bem ou serviço; (v) concessão de descontos de fidelidade, metas, bonificações e outros incentivos que busquem fomentar as vendas de determinado fornecedor (FORGIONI, 2013, p. 357).

No Brasil as montadoras mantêm uma relação vertical com as concessionárias, dependendo delas para a comercialização de seus produtos aos adquirentes. Essa relação acontece por meio de contratos de concessão comercial, marcado por cláusulas de exclusividade. Entre as atividades desenvolvidas pelas concessionárias, aquelas relacionadas à comercialização de veículos novos e de autopeças para reposição são dependentes de fornecimento das montadoras, por meio do estatuto legal que as rege – a Lei Renato Ferrari.<sup>86</sup>

Ocorre que, dessa relação vertical, são apontadas por diversos entes, em especial pelas concessionárias, ineficiências aptas a gerarem distorções no mercado, que serão ilustradas pela análise de processos administrativos instaurados no CADE, em especial aqueles de autoria da Federação Nacional de Distribuidores de Veículos Automotores (Fenabreve)<sup>87</sup>. Para fins do estudo ora proposto, das condutas apresentadas pela Fenabreve em seu pedido, somente a fixação de preços das peças de reposição no *aftermarket* tangencia o recorte da pesquisa, sendo que as demais se relacionam com o mercado primário.

---

<sup>86</sup> De acordo com Luiz Eduardo Vidigal Lopes da Silva, o “contrato tipo pretendido pela lei configura-se, essencialmente, pela presença de partes (art. 2º) que negociam os bens e serviços com exclusividade e conforme as cotas estabelecidas (arts. 3º, 4º e 7º), dentro de uma área operacional predeterminada (art. 5º), para que o concessionário venda livremente ao consumidor que espontaneamente o procurar (art. 13), sendo limitadas ao concedente as hipóteses de vendas diretas (art. 15), podendo as relações contratuais ser complementadas por convenções de categoria econômica e de marca (art. 17, 18, 19). O contrato é por prazo indeterminado, sendo possível seu primeiro interregno ser fixado em um prazo não inferior a cinco anos e, na hipótese de resolução, são devidas as indenizações previstas nos artigos 24, 25, 26.

Diante de tudo o quanto exposto, temos que o contrato de concessão comercial da Lei nº 6.729/1979 deva ser classificado como contrato empresarial, espécie de contrato de distribuição, típico, pessoal, oneroso, sinalagmático, de duração continuada e de colaboração.” (SILVA, 2015, p. 21-22).

<sup>87</sup> “A Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores – Fenabreve é a entidade representativa do setor de Distribuição de Veículos no Brasil. A entidade reúne 51 Associações de Marcas de automóveis, veículos comerciais leves, caminhões, ônibus, implementos rodoviários, tratores, máquinas agrícolas e motocicletas. Ao todo, são cerca de 7,9 mil distribuidores de veículos nacionais e importados, com 380 mil colaboradores diretos, que geram uma receita anual de R\$ 287,9 bilhões (2014), correspondendo a 5,2% do Produto Interno Bruto – PIB do País.” (FENABREVE, 2015).

Por conseguinte, de acordo com alguns estudos<sup>88</sup>, a manutenção do atual regime legal no Brasil por meio da Lei Ferrari, nos últimos 30 anos, não atende a um cálculo econômico eficiente para o mercado como um todo, contribuindo para um cenário de preços altos, retração da oferta, além da baixa qualidade dos serviços e produtos. Algumas das práticas comerciais que na Lei Ferrari se apoiam estariam, de acordo com os estudos, desafiando os princípios e conceitos da política antitruste.

Feitas essas breves considerações, apresentam-se os objetivos deste capítulo. Na primeira seção serão abordados os fundamentos das restrições verticais, apontando, no início, como a discussão de seus efeitos se deu ao longo do tempo por autoridades de defesa da concorrência, em especial a norte-americana, marcada pelo debate entre as escolas de Harvard e Chicago. Posteriormente, ainda nessa seção, serão abordados os efeitos pró e anticompetitivos oriundos das restrições verticais, dando especial ênfase aos contratos de exclusividade.

Na segunda seção, será realizada uma análise dos principais pontos que marcam a relação de exclusividade entre montadoras e concessionárias.

À terceira seção está reservado o exame dos efeitos regulatórios da Lei Renato Ferrari, dispositivo que rege a relação entre os agentes econômicos citados. Após uma breve apresentação de seus principais pontos, será abordado aquele de maior relevância para o presente estudo: o índice de fidelidade adotado para revenda de peças de reposição.

Na quarta seção, já tratados os efeitos regulatórios da legislação, será apresentada a jurisprudência do CADE a respeito da regulamentação do setor, dando especial ênfase aos processos administrativos e averiguação preliminar que envolveram a Fenabrave.

Na quinta seção, a experiência internacional ganhará destaque, apontando como a questão do índice de fidelidade na aquisição de peças para revenda tem sido discutida nos principais mercados automobilísticos mundiais.

Por fim, na última seção, serão apresentadas as conclusões do capítulo, discutindo os efeitos que eventual suspensão do índice de fidelidade poderia causar no mercado, especialmente às concessionárias e consumidores.

---

<sup>88</sup> Ver Hoertel (2004), Goldbaum (2005), Ministério Público Federal (2009, 2013) e Ministério da Justiça (2012).

#### 4.1 Fundamentos de análise das restrições verticais e efeitos oriundos dos acordos de exclusividade

Os acordos verticais não são benéficos ou deletérios *a priori*. A essa conclusão precedeu uma controvérsia que não ficou circunscrita a debates acadêmicos, transbordando para a prática antitruste, sobretudo nos Estados Unidos, cuja jurisprudência “oscilou entre a repressão indiscriminada e a quase imunidade de restrições verticais” (AZEVEDO, 2010, p. 4). Ainda que não seja o objetivo do presente trabalho apresentar todo o histórico da discussão, um breve pronunciamento acerca da evolução do tratamento das restrições verticais por parte das autoridades antitruste se faz necessário, para que seja possível, mais à frente, compreender como o CADE tem analisado questões afetas.

A teoria estruturalista da Escola de Harvard, nos Estados Unidos, considerava como anticompetitiva, em geral, a adoção de restrições em mercados verticalmente relacionados. Nessa fase, que perdurou até a década de 1970, as autoridades antitruste norte-americanas reprimiram fortemente a adoção de restrições verticais, aplicando a regra *per se*. De acordo com a linha teórica de Harvard, essas restrições constituíam-se em mecanismo para alavancar o poder preexistente de um dos mercados para outro, potencialmente competitivo, e relacionado verticalmente, podendo resultar na obtenção de lucros supranormais.

Por outro lado, a contribuição de Ronald Coase<sup>89</sup> e Oliver E. Williamson impactou fortemente na análise das restrições verticais em meados das décadas de 1960 e 1970, através do estudo dos custos de transação. Coase, primeiro expoente da Análise Econômica do Direito, em sua obra “The Problem of Social Cost”, analisa, a partir da noção de custos de transação, de que maneira o direito positivo exerce influência sobre a alocação dos recursos de forma eficiente, na presença de externalidades. De acordo com o autor, os custos de transação se traduzem na alocação dos recursos necessários à condução das negociações – envolvendo custos informacionais, de planejamento, monitoramento do cumprimento dos termos contratuais, entre outros. Também afirma ele que, diante de um ambiente marcado pela

---

<sup>89</sup> Em 1937, em seu artigo “The Nature of Firm”, Ronald Coase introduziu o estudo das condições sob as quais os custos de transação deixam de ser desprezíveis perante os custos de produção, passando a ser um elemento central nas decisões de alocação dos recursos econômicos. A partir de então, não apenas o ato de produzir, mas também os de comprar e vender acarretam custos importantes. O entendimento de que as organizações possuem níveis hierárquicos integrados verticalmente como forma de atuação sobre os custos de negociar, redigir e garantir o cumprimento de contratos demonstra que tais custos não podem ser negligenciados. (HOERTEL, 2004, p. 70).

existência dos custos de transação, cabe ao Direito reduzi-los, criando estímulos à eficiência.<sup>90</sup> (COASE, 1960).

A partir da constatação da importância dos custos de transação, os estudos de Oliver E. Williamson chegaram à conclusão de que a escolha da melhor forma de governança considera três atributos, quais sejam: (i) grau de incerteza, referente à dificuldade em antecipar eventos futuros e suas consequências, nesse sentido, mercados com baixo grau de previsibilidade exigem relações contratuais complexas para reduzir os custos de transação no futuro; (ii) frequência, segundo a qual transações mais frequentes passarão por rotinas que as tornem menos custosas; e (iii) ativos específicos, aqueles utilizados especificamente em determinada transação; a especificidade do recurso pode assumir várias formas, sendo mais comuns os recursos humanos, físicos, locais e dedicados. Transações entre duas empresas envolvendo este último atributo exigem coordenação, confiança e ações que visem garantir a integridade e continuidade da operação entre elas. (WILLIAMSON, 1979).

Por conseguinte, o aumento da frequência, do grau de incerteza e da presença de ativos específicos torna as transações mais complexas, exigindo contratos com prazos mais longos e cláusulas que introduzam mecanismos de governança, favorecendo o movimento de integração vertical, que pode ser antecedido por opções, entre elas acordos de negociação exclusiva, que exigem relacionamento constante e mecanismos de monitoramento. A escolha pelo fornecedor do melhor modelo decorre de eficiências a serem obtidas. (WILLIAMSON, 1979).

O estudo dos custos de transação influenciou as análises realizadas pela Escola de Chicago, a partir da década de 1970, tendo como expoentes Richard Posner e Robert Bork.<sup>91</sup> Uma de suas importantes contribuições foi demonstrar que o máximo lucro que pode ser obtido em uma cadeia produtiva é o lucro de monopólio<sup>92</sup>.

<sup>90</sup> Forgioni, com base nos ensinamentos de Coase e Williamson, apresenta a seguinte definição dos custos de transação: “definimos custos de transação como aqueles em que a empresa incorre mesmo antes de realizar o negócio (*ex ante costs*) para encontrar o parceiro, conceber, negociar, minutar e blindar o acordo, bem assim os custos posteriores (*ex posts costs*) relacionados a problemas e ajustes que vem à tona durante a vida do contrato por conta de inevitáveis lacunas, erros, omissões e fatos que não foram antecipadamente previstos pelas partes” (FORGIONI, 2013, p. 361).

<sup>91</sup> Bork utilizou a expressão “Crise do Antitruste” para “designar a inadequação da política antitruste norte-americana que usava equivocadamente a regra *per se* para acordos verticais. Segundo o autor, a regra *per se* deveria limitar-se a cartéis hardcore (graves – cartéis de preços) em que a experiência antitruste já havia se desenvolvido amplamente (consenso jurídico-econômico na política antitruste) no sentido de ausência de virtudes redentoras dos acordos horizontais entre concorrentes de fixação de preços (*price fixing*)” (VIEIRA, 2014, p. 22).

<sup>92</sup> Azevedo o define como “o máximo lucro que pode ser extraído de uma determinada curva de demanda. Preços mais baixos que o de monopólio geram lucros menores porque, embora a quantidade vendida cresça, a queda da margem unitária (preço subtraído de custos) é proporcionalmente maior. Também preços mais altos que o de monopólio geram lucros inferiores, uma vez que, nesse caso, a queda na quantidade vendida é proporcionalmente maior que o aumento de margem. E isto, é claro, não é um acaso; simplesmente o preço de monopólio é a escolha que torna o lucro máximo” (AZEVEDO, 2010, p. 6).

A presença de dois monopólios consecutivos, ambos fazendo incidir uma margem de monopólio sobre seu custo, não resultaria em dois lucros de monopólio, mas em um lucro conjunto inferior ao que seria obtido por um único monopolista, no que ficou conhecido na literatura econômica como ‘dupla margem’. (AZEVEDO, 2010, p. 5).

Conforme apontado por Azevedo, a pedra fundamental utilizada pela Escola de Chicago na caracterização da licitude de restrições verticais é de que não seria racional utilizar restrições verticais para impor duas margens de monopólio aos consumidores. Não é possível, portanto, se extrair mais renda de uma demanda final do que a que já extrai um monopolista, mesmo que este passe também a monopolizar a produção de seus insumos ou a distribuição de seu produto. Para o autor, a consequência desse raciocínio é que o controle vertical para fins de alavancagem de poder de mercado nos demais elos de uma cadeia produtiva não faria sentido; em outras palavras, um produtor não teria interesse em afetar a concorrência no mercado de distribuição. (AZEVEDO, 2010).

Não sendo essa a motivação para o controle vertical, questionam-se os motivos que explicam essa prática nos mercados. A resposta caminha no sentido de que ao controle vertical estão usualmente associados diversos tipos de eficiência, derivados de economias de escopo, da redução de problemas informacionais e, mais genericamente, de custos de transação.

Segundo apontado por Marcelo Callegari Hoertel (2004), a opção dos fabricantes em não realizar diretamente a distribuição e comercialização de seus produtos, confiando a terceiros essas funções, deve-se ao fato de que os custos de transação envolvendo o monitoramento de seus empregados excederiam aqueles despendidos pelas empresas do setor independente. O autor justifica a prática exemplificando as eventuais e significativas despesas em que incorreriam os fabricantes, ao custearem viagens de gerentes para treinamento, além do tempo necessário para a correta avaliação das condições locais de mercados distantes dos grandes centros.

Grande parte da doutrina identifica no controle vertical importantes eficiências<sup>93</sup>. Embora a crítica da Escola de Chicago tenha se cristalizado nas décadas de 1960 e 1970, em absoluto antagonismo com a *Warren Era*<sup>94</sup>, foi somente com o passar dos anos que sua influência na prática antitruste foi se consolidando. Azevedo (2010) aponta que, apesar das críticas feitas pela Escola de Chicago, novos estudos demonstram que pode haver uma

<sup>93</sup> Nesse sentido, Azevedo destaca os seguintes autores de acordo com as eficiências alegadas: derivados de economias de escopo (SCHERER; ROSS, 1990), da redução de problemas informacionais (LAFONTAINE; SLADE, 2010) e, mais genericamente, de custos de transação (WILLIAMSON, 1985, 1991, 1996, 2005) (AZEVEDO, 2010).

<sup>94</sup> Esse termo faz referência ao Presidente da Suprema Corte Norte-Americana, Juiz Earl Warren, em período marcado por intenso ativismo da política antitruste, em particular na repressão às restrições verticais. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013, p. 14).

racionalidade em se restringir a concorrência por meio do controle vertical com o intuito de proteger, e não aumentar, o lucro de monopólio<sup>95</sup>.

Partindo a análise para os acordos de exclusividade, estar-se-á diante de uma situação em que os compradores de determinado bem ou serviço se comprometem a adquiri-lo com exclusividade de determinado vendedor (ou vice-versa), ficando assim impedidos de comercializar os dos rivais. Há efetiva transferência do poder de decisão, restringindo suas escolhas em relação ao produto, qualidade, quantidade, preço, estoque etc.

Os efeitos pró-competitivos das cláusulas de exclusividade estão baseados no aumento de eficiência na alocação de recursos e na redução dos custos de transação. A esse respeito, Sergio Goldbaum (2005) afirma que, ao se tratar economicamente dos custos de transação, correlacionando a decisão entre integração vertical e terceirização, existe uma dependência da magnitude dos custos transacionais e dos ganhos de especialização. Assim, predomina a integração vertical, mantidas as demais variáveis constantes, se os custos são consideráveis. Porém, se são os ganhos de especialização e de escala que se mostram expressivos, a terceirização é a melhor solução.

Entre as eficiências, a literatura econômica cita três, a saber: (i) proteção contra o efeito *free-riding* (efeito carona); (ii) estímulo ao esforço de vendas do distribuidor e (iii) redução dos custos de monitoramento (HOERTEL, 2004). A respeito da primeira eficiência apontada, os contratos que envolvem exclusividade na distribuição visam impedir a apropriação de parte da demanda gerada pelo esforço de venda dos fabricantes aos distribuidores por terceiros. Para evitar que seus distribuidores comercializem bens de empresas rivais, o fabricante cria uma espécie de “direito de propriedade” sobre os esforços de venda despendidos para seus distribuidores.

Além disso, como uma segunda eficiência, aponta Hoertel (2004) que, quando o revendedor está adstrito a somente um fabricante, ele não pode permanecer indiferente a qual marca os consumidores compram, garantindo aos fabricantes que seus produtos sejam comercializados com maior energia e entusiasmo.

Por fim, no que tange aos custos de monitoramento, ainda que o fabricante não consiga perceber os esforços de venda dos distribuidores, constatando a existência de vantagens, a contratação é feita para que o agente desempenhe atividade sobre a qual não tem controle amplo

---

<sup>95</sup> Entre os principais autores, destacam Joe Farrel e Carl Shapiro – que ocuparam cargos de economista-chefe de Federal Trade Commission e do U.S. Departamento of Justice na administração do ex-presidente Barack Obama. Em diversos trabalhos, os autores destacaram a importância das duas autoridades supramencionadas atuarem com maior rigor na repressão às restrições verticais de natureza anticompetitiva. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013, p. 17).

de realização. Nesses casos, os acordos de exclusividade poderiam reduzir os custos de monitoramento e de detecção de violações. (HOERTEL, 2004).

Todavia, a forma como essas eficiências são almeçadas pode gerar preocupações de ordem concorrencial, à medida que ocorre fechamento de mercados para concorrentes em grau que possibilita distorcer a competição como um todo – gerando, assim, efeitos líquidos negativos. Entre eles, podem ser citados os seguintes: (i) fechamento do mercado; (ii) aumento do custo dos concorrentes; (iii) exploração de falhas de informação dos consumidores; (iv) imposição dos preços para consumidores; e (v) imposição/sugestão de preços de revenda (FORGIONI, 2013). A grande maioria das restrições verticais é sujeita a exame baseado em efeitos (com a consequente aplicação da regra da razão), sendo insuficiente identificar apenas o objeto da conduta.

Herbert Hovenkamp (1985) entende que, para que as práticas restritivas verticais possam gerar efeitos anticompetitivos, duas condições básicas devem estar presentes, quais sejam, a existência do poder de mercado por parte da empresa fornecedora de produtos e a eliminação, por meio da prática restritiva, de parcela relevante dos canais de escoamento de produtos ou serviços, ou fechamento do mercado para os insumos dos potenciais concorrentes no mercado.

De acordo com Pereira Neto e Casagrande, a análise das restrições verticais deve observar quatro princípios fundamentais, *in verbis*:

- i. As restrições verticais não devem ser avaliadas por meio de regras per se ou pelo simples objeto da conduta: como esse tipo de restrição produz efeitos ambíguos sobre o bem-estar, é fundamental que a análise permita uma ponderação de aspectos positivos e negativos da conduta. A depender das circunstâncias concretas e do mercado afetado, uma mesma prática vertical pode ser considerada lícita ou ilícita.
- ii. A análise deve focar nos efeitos de fechamento de mercado: o núcleo da análise deve ser uma avaliação da magnitude do fechamento de mercado (*market foreclosure*). Na ausência de fechamento de mercado minimamente expressivo, restrições verticais tendem a não produzir efeitos negativos, na medida em que consumidores e fornecedores continuarão possuindo alternativas de contratação no mercado.
- iii. A análise deve utilizar o padrão do competidor “igualmente eficiente”: ao avaliar os efeitos de práticas verticais sobre a competição, a preocupação deve ser com competidores igualmente eficientes às firmas investigadas e não com a proteção de competidores menos eficientes. Apenas quando se constatar que competidores igualmente eficientes são incapazes de competir com a firma dominante é que os efeitos da prática devem ser considerados negativos.
- iv. O dano ao consumidor deve ser demonstrado na medida em que os efeitos anticompetitivos das restrições em questão não forem objetivamente justificados ou compensados por eficiências: o dano ao bem-estar do consumidor deve ser o parâmetro fundamental de avaliação de efeitos negativos da conduta. Apenas

quando o consumidor é lesado pode-se cogitar da ilicitude da conduta [...] (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016, p. 102).

Os princípios acima elencados estão incorporados na Lei nº 12.529/2011, que define as condutas ilícitas essencialmente com base em seus efeitos. Nesse sentido, a Resolução nº 20/1999 do CADE, em seu Anexo I, acolhido pela Resolução nº 45/2007, já havia proposto expressamente uma abordagem baseada em efeitos para avaliação da licitude desse tipo de prática comercial:

[...] as práticas verticais pressupõem, em geral, a existência de poder de mercado sobre o mercado relevante “de origem”, bem como efeito sobre parcela substancial do mercado “alvo” das práticas, de modo a configurar risco de prejuízo à concorrência. Embora tais restrições constituam em princípio limitações à livre concorrência, podem apresentar benefícios (“eficiências econômicas”) que devem ser ponderados vis-à-vis os efeitos potenciais anticompetitivos, de acordo com o princípio da razoabilidade. (CADE, 1999, p. 3-4).

Nesse sentido, os diferentes tipos de restrições verticais não podem ser considerados *per se* como desfavoráveis à concorrência, devendo-se analisar os casos individualmente, evitando generalizações. Seguindo essa lógica, as restrições verticais são objeto de frequente escrutínio por parte do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, visto que sua atuação ocorre tanto no controle preventivo de estruturas (os chamados atos de concentração), quanto na repressão de condutas anticompetitivas.

A jurisprudência do Conselho demonstra como é feita a aplicabilidade dos quatro princípios fundamentais elencados por Pereira Neto e Casagrande.<sup>96</sup>

Em relação ao caso envolvendo a Philip Morris e a Souza Cruz (1998):

[...] esta última estabelece contratos de exclusividade com determinados pontos de venda. O Parecer da SEAE sobre o caso, seja na definição do mercado geográfico relevante ou na detalhada ponderação dos efeitos anti e pró-competitivos, é referencial ao estudo de contratos de revenda exclusiva no Brasil. (HOERTEL, 2004, p. 157).

---

<sup>96</sup> Nesse sentido, Hoertel faz uma revisão de importantes casos submetidos à autoridade antitruste pátria: “O caso SDE vs. Valer Alimentação e Serviços Ltda (1992) aborda o estabelecimento de contratos de exclusividade entre uma empresa de ticket refeição, sem poder de mercado, e diversos supermercados. Constata-se, na interpretação do CADE, a necessidade de existência de poder de mercado para a configuração de uma prática danosa à concorrência. O caso entre o Depósito de Bebidas Cereais Alvorada e a Brahma (1993) trata dos contratos de revenda, entre a fabricante de cervejas e uma rede de distribuição intermediária, como impedidores da venda direta ao varejo. Percebe-se que a recorrência à Leinº8.137/90 e aos “usos e costumes” sobrepõe-se a uma avaliação econômica baseada no princípio da razoabilidade. O caso entre a Associação Médica Clinihauer Ltda vs. UNIMED/Toledo-PR (1995-96), refere-se ao fechamento de mercado (*foreclosure*) a outras empresas de planos de saúde imposto por acordos de exclusividade entre a UNIMED e significativa parcela de médicos na cidade de Toledo, acompanhado pela prática de ações abusivas. Verifica-se que, apesar da existência da Lei nº 5.764/71, referente às cooperativas, predomina a constatação de abuso de poder de mercado na decisão final proferida pelo CADE” (HOERTEL, 2004, p. 156-157).



Por fim, existem os casos envolvendo a Fenabrave e as principais montadoras de veículos com sede no país (Ford, GM, Fiat e Volkswagen), nos quais:

[...] se observa a influência da Lei Ferrari, que regula o relacionamento entre ambas as partes e contém dispositivos que não conduzem a um ambiente concorrencial. Interessante, ainda, salientar que a relação entre montadoras e concessionárias representou o berço dos contratos de exclusividade nos Estados Unidos. (HOERTEL, 2004, p. 157).

A partir dessa breve revisão sobre a evolução teórica das restrições verticais e seus efeitos nos diversos mercados, constata-se que, especificamente no que concerne às cláusulas de exclusividade, a aferição de seus efeitos é fundamental para a correta avaliação concorrencial, sob pena de se punir uma conduta apta a gerar eficiências para o mercado consumidor. Os fundamentos das restrições verticais são imprescindíveis para analisar as cláusulas de exclusividade que regem os contratos entre montadoras e concessionárias, tarefa reservada à próxima seção.

#### **4.2 A exclusividade nas relações entre montadoras e concessionárias**

O modelo de distribuição que atualmente rege, no Brasil, a relação entre montadoras e concessionárias surgiu nos Estados Unidos na década de 1930, sendo consolidado na década de 1950. Ademais, conforme consta do Processo Administrativo nº 08012.006519/2001-63 (CADE, 2005b, 2006), a estruturação das redes de concessionárias no Brasil ocorreu de modo que elas pudessem desempenhar as seguintes funções: venda de veículos novos e usados, venda de peças de reposição (as chamadas “peças genuínas”), manutenção de veículos e financiamento.

As eficiências desse tipo de relação vertical seriam justificadas pelos seguintes fatores: (i) alto custo, que decorreria da venda direta por parte das montadoras, bem como da abertura dos diversos pontos de serviços, devido ao alto volume de serviços; (ii) necessidade de informar melhor o consumidor, que seria melhor atendido por um fornecedor local; e (iii) exigência de exclusividade por parte das montadoras aos concessionários para fortalecimento das marcas. (CADE, 2001).

Como analisado na seção anterior, conforme a teoria econômica preponderante atualmente, em acordos de exclusividade é possível vislumbrar eficiências que explicam sua adoção, e as descritas acima justificariam esse modelo de integração. Ainda mais elucidativa sobre a separação vertical neste setor automobilístico é a seguinte assertiva do ex-presidente da General Motors norte-americana Alfred Sloan Jr:

Pode surgir a pergunta por que a indústria automobilística adota essa forma de distribuição. A resposta, parece-me, pelo menos em parte, é que os fabricantes de automóveis não podem, sem grande dificuldade, empreender a vendas de seus próprios produtos. Quando o carro usado entrou em cena em grande escala na década de 1920 para troca na aquisição de um carro novo, a venda de automóveis tornou-se mais uma questão de troca do que de simples venda. Seria difícil para o fabricante organizar e fiscalizar os milhares de firmas complexas como a necessidade de troca seria impossível para o fabricante. O negócio de troca é um expediente que não se ajusta facilmente ao tipo convencional de plano de organização administrativamente controlada. Assim sendo, o negócio de venda a varejo de automóveis desenvolveu-se utilizando o tipo de organização de vendedores autorizados com franquia. (SLOAN JR., 1965, p. 320).

Goldbaum (2005) afirma que o argumento apresentado por Sloan a respeito da adoção do modo de distribuição via concessionárias está alinhado com a teoria dos custos de transação de Williamson, apresentada na seção anterior. Por conseguinte, a organização e supervisão de todos os potenciais problemas – como, por exemplo, a estratégia de utilização de carros usados como moeda de troca para aquisição de veículos novos – poderia gerar custos e problemas de monitoramento.<sup>97</sup>

Embora seja compreensível a adoção desse modo de distribuição, a estrutura dos canais de distribuição deve observar diversos fatores além dos custos de transação, tais como ambiente institucional, estratégias comerciais, nível de qualidade dos serviços ofertados etc., bem como a evolução desses fatores e das condições de mercado, da própria distribuição e a estabilidade da moeda. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2007).

Diante disso, a então SDE, em análise do modelo de concessão entre montadoras e concessionárias, constatou ainda em 2007 que ele poderia ser dado como obsoleto. E os motivos elencados pela extinta Secretaria foram: “(i) a confiabilidade dos veículos aumentou; (ii) outras fontes de informação surgiram (revistas, *websites* etc.) e (iii) as marcas se fortaleceram, e se tornaram mais importantes que a credibilidade do vendedor” (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2007, p. 28). Além disso, no Brasil o setor está regulamentado pela Lei Renato Ferrari, sendo que o aspecto regulatório é hoje um dos fatores relevantes para a distribuição, visto que os revendedores alegam possuir posição mais fraca na correlação de forças com as montadoras, o que faz com que seus vínculos costumem ser conflituosos.

Em julgado, o CADE (2008) indicou que a Lei Ferrari, responsável pela regulamentação do setor, surgiu em momento de entrada de muitos empresários na atividade de distribuição de

<sup>97</sup> “Williamson (1985) também observa que, além dos problemas de especificidade de ativos associados ao investimento em instalações, *lay-outs*, provisão de serviços de apoio especializados, etc... a revenda de produtos através de concessionárias também envolve o problema de externalidades ligadas ao controle de qualidade, no qual o esforço de manutenção da qualidade despendido pelo concessionário está diretamente relacionado com a imagem da marca do fabricante. A incapacidade de estender o controle de qualidade da produção à distribuição resultaria, conseqüentemente, em subotimização.” (GOLDBAUM, 2005, p. 55-56).

veículos, no chamado “mercado paralelo”, conforme já apontado no item 2.2.3 deste trabalho, reduzindo a margem de lucro das concessionárias. Nesse sentido, a legislação estabeleceu normas de condutas para as empresas, delimitando até a área de atuação, evitando o abastecimento do mercado paralelo. As concessionárias também conseguiram certo poder de barganha, por meio da figura da Convenção de Marcas, que permitiu a união desses agentes para negociarem com as montadoras – o que pode representar vantagem quando comparado a outros tipos de relação vertical (franquias, por exemplo).

Os efeitos dos dispositivos da Lei Ferrari na relação travada entre montadoras e concessionárias serão descritos na seção seguinte, que dará especial ênfase ao chamado índice de fidelidade na revenda de peças de reposição, questão mais afeta ao *aftermarket*, visto que os outros dispositivos estão mais relacionados ao mercado automotivo primário.

### 4.3 Análise dos efeitos regulatórios da Lei Ferrari

Goldbaum (2005), sobre a história legislativa da Lei Renato Ferrari (Lei nº 6.729/1979), afirma que, quando promulgada, ela instituiu as seguintes restrições verticais: exclusividade, demarcações de áreas de atuação das concessionárias, vedação à venda direta por parte das montadoras, proibição do chamado *bootlegging* (situação em que a concessionária revende um veículo novo a um agente independente), além do impedimento de tratamento diferenciado por parte das montadoras em relação às concessionárias. Ademais, a legislação determinava outras condições para a distribuição de veículos e de peças, instituindo o chamado “índice de fidelidade”, fixando em 75% a exclusividade na compra de componentes por parte das concessionárias – condição embasada nos artigos 13 e 14, que também estabeleciam a fixação do preço e a margem de comercialização da concessionária, de acordo com estipulações contratuais<sup>98</sup>.

Entretanto, o processo de desregulamentação econômica do início da década de 1990 provocou alterações na lei, fazendo com que essa ganhasse nova redação a partir de 1990, com

---

<sup>98</sup> “Art. 13. As mercadorias objeto da concessão deverão ser vendidas pelo concessionário ao preço fixado pelo concedente.

Parágrafo único. A esses preços poderá ser acrescido o valor do frete, seguro e outros encargos variáveis de remessa da mercadoria ao concessionário e deste para o respectivo adquirente.

Art. 14. A margem de comercialização do concessionário nas mercadorias objeto da concessão terá seu percentual incluído no preço ao consumidor. (Revogado pela Lei nº 8.132, de 1990).

Parágrafo único. É vedada a redução pelo concedente da margem percentual de comercialização, salvo casos excepcionais objeto de ajuste entre o produtor e sua rede de distribuição. (Revogado pela Lei nº 8.132, de 1990)” (BRASIL, 1979).

a Lei nº 8.132, introduzindo importantes alterações à legislação até então vigente. (GOLDBAUM, 2005).

Goldbaum elaborou um quadro síntese das práticas previstas na legislação<sup>99</sup> vigente, considerando a Lei nº 8.132/1990, que alterou alguns dispositivos da Lei nº 6.729/1979 (Quadro 3):

Quadro 4 – Síntese da Lei Ferrari (Lei nº 8.132/1990)

Prática	Lei 8.132/90
Geral	
Licenciamento	Art. 1, 3, I
Serviços sob garantia	Art. 3, II
Entrada e saída	
Terminação de franquia	Art. 21, 22
Estabelecimento / restabelecimento	Art. 6
Recompra de estoque em caso de terminação da franquia	Arts. 23, 24, 25, 26, 27
Restrição territorial	
Área do mercado relevante	Art. 5
Exclusividade	Art. 3, §1º
Relação montadora / concessionária	
Distribuição de veículos	Art. 7
Distribuição de peças	Art. 8, 9
Manutenção de estoques	Art. 10
Proibição de bootlegging	Art. 12
Fixação de preço de revenda e de margem de comercialização	Art. 13, 14
Proibição de venda direta por parte do concedente (há exceções)	Art. 15
Proibição de tratamento diferenciado entre concessionários	Art. 16, III, 20
Estabelecimento de convenção de marca	Art. 17, 18, 19

Fonte: Goldbaum (2005, p. 71).

Observando as práticas indicadas, o que mais interessa para o presente estudo diz respeito ao artigo 8º<sup>100</sup>, referente ao chamado “índice de fidelidade” para peças e componentes, que passou a ser definido pela Convenção de Marcas, e não mais pela lei em 75%. O artigo

<sup>99</sup> Dos 33 artigos da lei de 1979, seis artigos tiveram sua redação alterada: os artigos 5º (onde substituiu-se a expressão “área demarcada” por “área operacional”; no § 3º, permitiu-se a liberdade de compra do consumidor, onde bem lhe conviesse), 6º (estabeleceu-se que, no caso de contratação de nova concessão, o concessionário já instalado na área concorrerá com os demais interessados em igualdade de condições. Na redação original, o concessionário estabelecido em uma área demarcada tinha preferência para o contrato de uma nova concessão em sua área), 8º (referente ao índice de fidelidade para aquisição de peças e componentes, que passou a ser definido por convenção de marcas), 13º (determinou-se que o preço de venda do concessionário ao consumidor passaria a ser livre) e 28 (criou os serviços autorizados, aumentando a concorrência para os concessionários para a prestação de serviços de manutenção e reparos que fossem garantidos ou certificados pela montadora). Adicionalmente, o artigo 14, que tratava da margem de comercialização) foi inteiramente revogado. (GOLDBAUM, 2005, p. 72).

<sup>100</sup> “Art. 8º Integra a concessão o índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores que dela faz parte, podendo a convenção de marca estabelecer percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)  
Parágrafo único. Não estão sujeitas ao índice de fidelidade de compra ao concedente as aquisições que o concessionário fizer: (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)  
a) de acessórios para veículos automotores; (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)  
b) de implementos de qualquer natureza e máquinas agrícolas. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990).” (BRASIL, 1979).

28<sup>101</sup> foi relevante, na medida em que criou os serviços autorizados, aumentando a concorrência para os concessionários para a prestação de serviços de manutenção e reparos que fossem garantidos ou certificados pela montadora.

Goldbaum (2005) destaca que as modificações promovidas tinham o claro objetivo de aumentar a concorrência intramarca. Da mesma forma, a concorrência intermarca foi possível pela abertura comercial do início da década de 1990, bem como pela valorização cambial dos primeiros anos do Plano Collor, sem contar a instalação de novas plantas industriais no país<sup>102</sup>.

Da leitura dos dispositivos, é possível perceber que a legislação que organiza a comercialização de veículos novos e componentes pelas concessionárias no país é marcada por restrições verticais. Nesse sentido, no que diz respeito à comercialização do veículo (mercado primário), observa-se que o artigo 3º autoriza a montadora a “vedar a comercialização de veículos automotores novos fabricados ou fornecidos por outro produtor” pelas suas concessionárias. O artigo 12<sup>103</sup> proíbe que elas vendam veículos para outras revendas e o artigo 15<sup>104</sup> venda às montadoras a venda direta aos consumidores finais (BRASIL, 1979).

Nesse sentido, a SEAE, na Nota Técnica nº 21/2012/COGUN/SEAE/MF (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2012), para avaliar consequências e possíveis impactos à concorrência de dispositivos da legislação, utiliza como base a metodologia empregada pela OCDE no Guia para Avaliação da Concorrência (OECD, 2016), que consiste em um *check list* para avaliar possíveis consequências da política pública sobre mercados (Figura 3).

<sup>101</sup> “Art. 28. O concedente poderá contratar, com empresa reparadora de veículos ou vendedora de componentes, a prestação de serviços de assistência ou a comercialização daqueles, exceto a distribuição de veículos novos, dando-lhe a denominação de serviço autorizado. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

Parágrafo único. Às contratações a que se refere este artigo serão aplicados, no que couber, os dispositivos desta lei. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990).” (BRASIL 1979).

<sup>102</sup> Valem destaque as instalações das seguintes unidades produtivas no Brasil a partir da década de 1990: as francesas Renault (1998), Peugeot e Citroen (2001) e as japonesas Honda (1997) e Toyota (1998).

<sup>103</sup> “Art. 12. O concessionário só poderá realizar a venda de veículos automotores novos diretamente a consumidor, vedada a comercialização para fins de revenda.” (BRASIL, 1979).

<sup>104</sup> “Art. 15. O concedente poderá efetuar vendas diretas de veículos automotores.

I – Independente da atuação ou pedido de concessionário:

a) à Administração Pública, direta ou indireta, ou ao Corpo Diplomático;

b) a outros compradores especiais, nos limites que forem previamente ajustados com sua rede de distribuição;

II – Através da rede de distribuição. [...]” (BRASIL, 1979).

Figura 3 – *Check list* da concorrência

<b>Checklist de concorrência</b>	
<p>Uma avaliação aprofundada dos efeitos na concorrência deve ser realizada sempre que a proposta resulte num dos quatro efeitos seguintes:</p>	
<b>(A) Limite o número ou a variedade de empresas</b>	
Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceda direitos exclusivos a uma única empresa de bens ou serviços</li> <li>2. Estabeleça um regime de licenciamento, permissão ou autorização como requisito de atividade</li> <li>3. Limite a capacidade de certos tipos de empresas prestarem um bem ou serviço</li> <li>4. Aumente significativamente os custos de entrada ou de saída do mercado</li> <li>5. Crie uma barreira geográfica que impeça as empresas de oferecer bens, serviços, trabalho ou capital</li> </ol>	
<b>(B) Limite a capacidade das empresas competirem entre si</b>	
Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limite a capacidade das empresas definirem os preços de bens ou serviços</li> <li>2. Limite a liberdade das empresas na realização de publicidade e marketing de bens ou serviços</li> <li>3. Fixe padrões de qualidade que beneficiem apenas algumas empresas ou fixe padrões de qualidade que excedam o nível que seria escolhido por consumidores bem informados</li> <li>4. Aumente significativamente o custo de produção de algumas empresas, particularmente dando um tratamento diferente às empresas estabelecidas no mercado (incumbentes) do tratamento dado às novas entrantes</li> </ol>	
<b>(C) Diminua o incentivo das empresas a competir</b>	
Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estabeleça um regime de auto-regulação ou de co-regulação</li> <li>2. Exija ou encoraje a publicação de informação sobre as quantidades de produção, preços, vendas ou custos de empresas</li> <li>3. Isente a atividade de um determinado setor ou de um grupo de empresas da aplicação da lei geral de concorrência</li> </ol>	
<b>(D) Limite a escolha do consumidor e a informação disponível</b>	
Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limite a capacidade dos consumidores escolherem a empresa à qual adquirir um bem ou serviço</li> <li>2. Reduza a mobilidade dos consumidores entre empresas de bens ou serviços, através do aumento dos custos explícitos ou implícitos de alteração do serviço (<i>switching costs</i>)</li> <li>3. Altere substancialmente a informação necessária para que os consumidores possam adquirir bens e serviços de forma eficaz</li> </ol>	

Fonte: OECD (2016).

De acordo com a SEAE, uma análise em cotejo com a metodologia acima descrita, permite concluir que a Lei Ferrari possui dispositivos que podem restringir a concorrência. Em

análise voltada ao *aftermarket*, a nota dispõe que, a respeito do índice de fidelidade, está presente o efeito de limitação no número ou variedade de fornecedores, uma vez que concede direitos exclusivos a um único fornecedor de bens ou serviços (efeito 1.1 do *check list* da OCDE), uma vez que confere às montadoras a prerrogativa de vender determinada quantidade de peças à sua rede de concessionárias. Além disso, também limita a liberdade dos fornecedores de comercializarem os bens, uma vez que os fabricantes de autopeças têm restrições na venda para concessionários. Por outro lado, as montadoras também encontram impossibilidade de revenda de seus bens para o consumidor final, já que somente podem comercializar seus bens com a rede de distribuição (novamente o efeito 2.2 de limitação de liberdade para a comercialização de bens), salvo as exceções contidas na lei – venda para a Administração Pública e para compradores em condições especiais, nos limites previamente ajustados com a rede de distribuição. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2012).

Em relação ao *aftermarket* e à adoção de restrição na venda de peças, a legislação impõe às concessionárias a observância de índice de fidelidade na compra de componentes (autopeças) provenientes das montadoras. Até 1990, esse índice era estabelecido em 75%. A Lei nº 8.132/1990 atribuiu às Convenções de Marcas<sup>105</sup> a definição do índice de fidelidade, mas o percentual foi mantido ao longo dos anos, o que revela a reduzida flexibilidade das montadoras em suas relações com as redes exclusivas. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013).

A esse respeito, a SEAE, na Nota Técnica nº 21/2012/COGUN/SEAE/MF, aponta que:

[...] o índice de fidelidade é uma regra que pode amparar o poder de mercado da montadora no *aftermarket*. Ao obrigar a concessionária a atender parte da sua demanda de autopeças por meio de aquisição junto à montadora, o índice de fidelidade pode ser utilizado pela montadora para apropriar-se de lucro econômico no *aftermarket*.

[...] O índice de fidelidade cerceia a concorrência por estabelecer uma reserva de mercado para as montadoras no comércio atacadista de autopeças. A reserva limita particularmente as concessionárias de adquirir as autopeças do fornecedor de menor custo. Como as concessionárias respondem por parcela significativa do consumo de autopeças no mercado de autopeças, o índice de fidelidade compromete substancialmente a disciplina de preço exercida pela demanda e, por conseguinte, a concorrência nesse mercado. (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2012, p. 44).

O impacto mais evidente para o consumidor pode ser visto em relação ao preço das peças praticados pelas concessionárias. O preço e a quantidade são fixados pelas montadoras, o que pode elevar o poder desses agentes, já que, embora os revendedores tenham, à disposição, peças a um custo inferior para compra, terão que adquirir determinado percentual diretamente

---

<sup>105</sup> “Designa-se ‘convenção de marca’ a que é celebrada por cada produtor e respectiva rede de distribuição, esta representada por entidade civil de âmbito nacional.” (MARTINS, 2012, p. 12).

das montadoras. Esse fato já foi objeto de análise de parecer pela extinta SDE em processo administrativo, ocasião em que apontou a existência do exercício de poder de mercado unilateral por parte das montadoras na fixação dos preços de revenda de peças. Submetido o parecer ao CADE, o Conselheiro Relator Luis Fernando Rigato Vasconcellos, em análise da ProCADE, inicialmente o acolheu. Entretanto, posteriormente, ao considerar o conjunto dos pareceres da SDE, da ProCADE e do Ministério Público Federal, votou pelo arquivamento do processo<sup>106</sup>. (CADE, 2008).

A discussão a respeito da diferença de preços praticados no mercado nacional também foi objeto de análise em CPI que investigou potenciais condutas anticompetitivas no mercado de autopeças (SÃO PAULO, 2013). Naquela ocasião, os termos foram os seguintes:

[...] A gente sabe, é dia a dia. Se pegar um telefone agora e ligar para uma autorizada, uma revendedora autorizada que seja Volkswagen, GM ou uma Fiat, BMW, Mercedes, o valor da peça nesses locais às vezes chega até oito, 10 vezes mais, e é só lá que tem. E quando você tenta encontrar no Mercado Paralelo e às vezes você encontra peça assim, você encontra com um preço absolutamente inferior e a gente percebe mesmo aqui na Assembleia Legislativa, nós usamos os carros da GM, da Chevrolet. A gente vai comprar uma bateria na autorizada ela custa 460 reais. Eu vou aqui na Accioly, na Barão de Limeira que só vender peças da GM, essa mesma bateria selada que os nossos carros oficiais usam, utilizam, em torno de 240, 250. Eu tenho notas fiscais inclusive disso aí, orçamento e posso apresentar à CPI, fiquei de apresentar (ininteligível) eu mandei, mas é assim. Você chega na BMW é a mesma coisa, vai na Fiat, Volkswagen, é semelhante. (SÃO PAULO, 2013, p. 34).

Por outro lado, as montadoras adotam o argumento que reforça a qualidade de suas peças como pressuposto para maior durabilidade e garantia dos veículos, uma vez que a devida garantia não pode ser concedida caso seja aplicada ao veículo uma peça não homologada pela montadora. A partir da constatação de que preços mais módicos de peças de reposição podem fidelizar os clientes aos serviços disponibilizados pelas concessionárias, a estratégia de muitas fabricantes tem sido justamente reduzir os preços das peças vendidas em suas redes para disputarem maior *market share* com o segmento independente. (AUTO PRESS, 2010).

Uma tendência observada no mercado é a fixação dos preços das revisões e peças a fim de que o consumidor tenha mais informações acerca do veículo adquirido e possa se planejar melhor para serviços futuros. Assim, historicamente inacessíveis para grande parcela de

---

<sup>106</sup> Nesse caso, foram quatro processos reunidos por conexão em apenas um: (1) Processo Administrativo nº 08012.006516/2001-20 Representada: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotores Ltda.; (2) Processo Administrativo nº 08012.006517/2001-74 Representada: General Motors do Brasil Ltda.; (3) Processo Administrativo nº 08012.006518/2001-19 Representada: Ford Motor Company Ltda.; e (4) Processo Administrativo nº 08012.006519/2001-63 Representada: Fiat Automóveis S/A. A ProCADE, por meio do Parecer nº 557/2007 (fls. 4346/4349 do PA nº 08012.006519/2001-63), entendeu haver conexão entre os processos em epígrafe, de forma que foi recomendado o julgamento em conjunto. (CADE, 2008).



consumidores, os serviços de pós-vendas das concessionárias se tornaram pelo menos mais acessíveis em termos informacionais. (AUTO PRESS, 2010).

Nesse sentido, cabe analisar como a questão foi debatida no mercado nacional, por meio de uma breve revisão da jurisprudência do CADE, tarefa reservada à próxima seção.

Examinando a Lei Ferrari e suas modificações, fica clara a expressa autorização para as montadoras adotarem regime de exclusividade. Elas exigem de sua rede concessionária exclusividade da marca, valendo-se da faculdade prevista em lei. Todavia, a mera existência da legislação não torna seus efeitos benéficos ou deletérios para o mercado. Assim como as montadoras entendem que o marco legislativo contempla as relações travadas com suas concessionárias e clientes, pelas eficiências que esse tipo de relação vertical propicia, conforme já destacado, há quem entenda que o argumento não é válido. Nesse sentido, vale destacar que o Ministério Público Federal, em nota técnica, enumerou o que fora definido como “dez razões para revogar a Lei Ferrari”<sup>107</sup>.<sup>108</sup>

A respeito do índice de fidelidade, o MPF entende que sua adoção representa uma restrição à concorrência no setor de autopeças, na medida em que reforça o poder das montadoras no mercado de serviços pós-venda e que, com a eliminação da obrigatoriedade do índice de fidelidade, imprimiria maior competitividade no setor.

<sup>107</sup> De acordo com o site da Procuradoria-Geral da República: “São eles: (i) Influência discutível do “custo Brasil”: os efeitos da carga tributária e dos custos de produção mais elevados não justificam plenamente os preços mais altos no país; (ii) risco de cartelização: a previsão de Convenções de Categorias Econômicas e de Convenções de Marcas permite a criação de ambiente propício para a troca de informações e acordos, ainda que tácitos, sobre variáveis comerciais, com o risco de restringir a concorrência; (iii) a restrição advinda do índice de fidelidade; (iv) restrição à concorrência interna à marca: a lei traz várias restrições comerciais que limitam a concorrência dentro da marca, como a proibição de venda de veículos pelas concessionárias a outras revendas e pelas montadoras ao consumidor final, e ainda a exclusividade territorial concedida às concessionárias; (v) restrição à concorrência entre marcas: a possibilidade de a montadora impedir a concessionária de comercializar outra marca restringe a concorrência entre marcas; (vi) a alta concentração entre as maiores montadoras ainda permanece no mercado nacional; (vii) Baixa qualidade e atraso em recursos de segurança dos veículos nacionais, por falta de maior competitividade: pela falta de incentivos de competitividade; (viii) distinta experiência internacional no formato de distribuição, demonstrando que o formato nacional é inefetivo; (ix) incompatibilidades entre a Lei Ferrari e a Lei de Defesa da concorrência: o Cade já se debruçou várias vezes sobre representações acerca de condutas dos agentes econômicos do setor automotivo, reconhecendo o caráter anticompetitivo dos fatos indicados. No entanto, nesses casos, o tribunal administrativo pouco ou nada pôde fazer, tendo em vista que esses fatos encontravam respaldo na lei; e (x) Engessamento normativo: a moldura legal criada pela Lei Ferrari dificulta a proposição de mudanças pontuais. Todas as iniciativas no Congresso resultaram em arquivamento, e até um projeto da senadora Ana Amélia, que propõe alteração da lei em seus artigos mais restritivos à concorrência, tem encontrado dificuldades no andamento” (PROCURADORIA GERAL DA REPÚBLICA, 2013).

<sup>108</sup> Foge ao escopo do presente trabalho tratar, embora seja importante citar, das teorias que discutem a existência de leis anticoncorrencias nos ordenamentos jurídicos, entre elas as teorias da "state action doctrine" e "pervasive power doctrine" nos EUA, que tratam do conflito entre leis federais/estaduais e o Sherman Act (o diploma federal antitruste norte americano). A respeito do paralelo que pode ser feito no caso brasileiro, e acerca do papel do CADE diante de possível caso de lei anticoncorrencial, recomenda-se a leitura de: CASTRO, Bruno Braz de. Os limites jurídicos entre a legislação federal de defesa da concorrência e a ordenação econômica formulada por estado ou município: a contribuição da state action doctrine. **Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional**, v. 17, p. 92, jan. 2010.

Embora não se discuta a importância do setor automotivo para a economia nacional, cumpre destacar que outros setores de bens de consumo duráveis, como, por exemplo, eletrodomésticos de linha branca, não contam com lei específica para organização de sua produção<sup>109</sup>. Apesar de grande parte das razões colacionadas dizerem respeito ao mercado automotivo primário, que, lembrando, constitui o mercado de venda de veículos, é possível que sejam gerados efeitos para o *aftermarket* automotivo. Nesse sentido, aponta-se uma suposta restrição à concorrência para as autopeças: o “índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores” a que as concessionárias estão submetidas, que reforçaria o poder das montadoras no setor de serviços de pós-venda.

#### 4.4 O CADE, o índice de fidelidade da Lei Ferrari e a revenda de autopeças

Conforme apontado na introdução, os custos para abertura de uma concessionária envolvem também aqueles decorrentes de cláusulas de exclusividade travada com a montadora detentora da marca. Entre as cláusulas se encontram aquelas afetas ao fornecimento de peças, que confere à montadora um índice de fidelidade que faz da fabricante de veículos a principal fornecedora de peças, podendo ainda fixar, unilateralmente, os preços. Essa condição constitui a base de questões já suscitadas por parte de concessionários, os quais alegam a existência de pressões envolvendo, de um lado, preços altos e, de outro, retração da demanda.

Embora na maioria dos casos julgados pelo CADE envolvendo o setor automotivo os atritos entre agentes da cadeia produtiva tenham sido considerados como questões privadas, nas mesmas decisões a autarquia suscitou a necessidade da realização de estudos sobre as relações de concorrência no setor. A esse respeito, o CADE já se deparou com problemas envolvendo preço de peças de reposição<sup>110</sup>, abuso de poder econômico<sup>111</sup>, e os casos envolvendo a Fenabrave, objeto de análise desta seção.

<sup>109</sup> Importante crítica é apontada pelo Subprocurador-Geral da República, Antônio Fonseca: “O problema do excesso de regras de comercialização pela Lei Ferrari é que de todos aqueles setores regulados que a Constituição específica vem sempre atrás de uma estrutura, uma autoridade reguladora. Aqui, temos o cheque em branco, uma lei que regula e não dá uma autoridade reguladora para controle” (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013).

<sup>110</sup> Em setembro de 1999, foi julgado o Processo Administrativo nº 89/92, o qual consistia em representação contra duas concessionárias da VW, feita por um proprietário de um veículo da marca que, após acidente que resultou em capotamento do veículo, solicitou orçamentos nas referidas concessionárias, que chegou a 155% do preço do veículo novo. O processo foi arquivado, mas o CADE recomendou, com base no voto do Conselheiro Mércio Felsky, um estudo à FGV sobre o setor de distribuição de veículos automotores e peças de reposição. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013, p. 19).

<sup>111</sup> No Processo Administrativo nº 08000.017766/95-33, a distribuidora de veículos da FIAT União Catarinense de Veículos alegou abuso de poder econômico em face da FIAT do Brasil S/A, pela imposição de obrigações desproporcionais, dentre elas a realização de investimentos, como condição para se manter como concessionária. O processo foi arquivado por insuficiência da instrução. No entanto, a conselheira relatora Lúcia Helena Salgado sugeriu em seu voto a realização de estudo detalhado sobre o setor de distribuição e, em especial, sobre a relação

A esse respeito, destacam-se, na jurisprudência do CADE, dois casos<sup>112</sup> em que a representante alega serem anticompetitivas as restrições verticais impostas pelas montadoras na relação de concessão, pois estabeleceriam barreiras à entrada de competidores potenciais e elevariam os custos dos competidores efetivos.

Para melhor exposição, cada um dos casos será abordado em um subseção.

#### **4.4.1 Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40**

Frente às reclamações dos distribuidores e à possibilidade de existência de privilégio das montadoras, a Fenabreve<sup>113</sup> pediu abertura de processo administrativo<sup>114</sup> contra as quatro maiores montadoras do país – Fiat Automóveis S/A, Volkswagen do Brasil Ltda., General Motors do Brasil Ltda. e Ford Motor Company Brasil Ltda. No pedido de abertura de investigação, a Federação elencou sete condutas restritivas praticadas pelas montadoras em detrimento das concessionárias de veículos: “i) preços abusivos de veículos; ii) fixação do preço das peças de reposição; iii) preços abusivos de peças e mão de obra em garantia; iv) obrigatoriedade de aquisição; v) recusa de contratar; vi) venda casada; e vii) discriminação entre concorrentes” (BORGES, 2013, p. 12).

Para fins do estudo ora proposto, das condutas apresentadas pela Fenabreve em seu pedido, somente a segunda (fixação de preços das peças de reposição no *aftermarket*) toca mais ao recorte de pesquisa, sendo as demais referentes ao mercado primário. A esse respeito, a representante argumentou que, mesmo não sendo as montadoras que fabricam essas peças<sup>115</sup>, elas, além de exigirem exclusividade na compra por parte dos concessionários, ainda vendem por preço superior ao que pagaram, indicando prática de preços abusivos. Com efeito, as concessionárias perdem a oportunidade de ter maior participação no mercado de venda de peças, devido à diferença de preço cobrado pelo setor independente.

---

montadora/concessionária, com escopo de proposição de revisões legislativas que possibilitem uma harmonização com os preceitos da livre concorrência. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013, p. 20).

<sup>112</sup> Os casos apresentados são: Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40 (realizada em julho de 2001, que tratou da representação da Fenabreve contra a Anfavea e as quatro principais montadoras do país – FIAT, FORD, VW e GM) e os Processos Administrativos nº 08012.006516/2001-20 (VW), 08012.006517/2001-74 (GM), 08012.006518/2001-19 (FORD) e 08012.006519/2001-63 (FIAT) (representação da Fenabreve contra as quatro maiores montadoras do país pela cobrança de preços abusivos de revenda de peças de reposição às concessionárias). (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013, p. 20).

<sup>113</sup> Federação Nacional de Distribuidores de Veículos Automotores.

<sup>114</sup> Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40.

<sup>115</sup> As montadoras são responsáveis pela produção de apenas alguns itens de lataria, adquirindo as demais na indústria de autopeças.

A proposta apresentada pela Fenabrave, de suspensão do índice de fidelidade, permitindo, assim, que as concessionárias adquiram, sem restrição, autopeças homologadas de revendas independentes, de acordo com Hoertel, encontra três barreiras à sua adoção:

(i) o primeiro diz respeito ao fato da existência do índice de fidelidade ser um ponto presente da Lei Ferrari, portanto, a adoção da proposta dependeria da alteração da referida lei; (ii) o segundo decorre da limitação na oferta de peças homologadas, visto que tal tipo de peça não abrange a totalidade das peças necessárias, permanecendo o “lock in” (dependência do fornecimento de peças certificadas exclusivamente através das montadoras); e (iii) o terceiro refere-se à eficácia da medida, pois não haveria impedimento no sentido que o excedente da montadora, disponibilizado pela redução de seu monopólio, fosse inteiramente apropriado pelas concessionárias, mantendo-se inalterada a situação do consumidor. (HOERTEL, 2004, p. 179).

As montadoras defendem a manutenção do índice de fidelidade como um fator de eficiência, uma vez que o consumidor estaria resguardado quanto à qualidade das peças comercializadas pelos concessionários. Nesse sentido, haveria uma diferenciação com as peças homologadas vendidas por representantes independentes, não podendo ser consideradas como substitutas por ocuparem mercados relevantes distintos (HOERTEL, 2004).

Hoertel, ao citar estudos de Carlton e Perloff, afirma que se está diante de um problema de “reputação do produto”, entendida como a reputação que as revendedoras autorizadas possuem de comercializar apenas peças certificadas, ou seja, de qualidade garantida pela montadora, o que agrega valor ao produto (HOERTEL, 2004, p. 179). Por outro lado, pode-se alegar que a permissão para a comercialização de peças não certificadas pelas concessionárias afetaria a confiança do consumidor na qualidade das peças e, conseqüentemente, na marca da montadora, prejudicando de alguma forma sua reputação.

Todavia, o Conselheiro Thompson A. Andrade advertiu no processo que a decisão sobre a qualidade das peças de reposição ofertadas deve ser uma opção livre dos agentes que operam no mercado. Além disso, segundo ele, não deve ser afastada a hipótese de que, apesar de estabelecidas por lei, as condutas das montadoras podem contribuir para reduzir a intensidade competitiva nos mercados de autopeças, afetando, em última instância, o consumidor, que passa a se submeter a altos custos das peças de reposição.

Por fim, o colegiado acompanhou o voto do Conselheiro Relator<sup>116</sup>, decidindo pelo arquivamento da Averiguação Preliminar, mas sugerindo a criação de um grupo de estudos para

<sup>116</sup> “Quanto à solução proposta pela Fenabrave, de suspensão do índice de fidelidade permitindo que cada concessionário possa adquirir componentes dos fabricantes de autopeças homologadas pelas montadoras, considero que ela apresenta 3 deficiências: a primeira diz respeito à definição legal (Lei Ferrari) que prevê a existência do índice de fidelidade, cujo percentual deve ser fixado por convenção de marca. A adoção desta proposta depende, portanto, de mudança na referida Lei. A segunda, decorre da limitação da oferta de peças homologadas, a qual não abrange o universo dos componentes, conforme abordado anteriormente. A terceira, e a mais importante delas, refere-se à eficácia da medida. Embora esta possa contribuir para reduzir o poder de

propor alterações na Lei Ferrari, em apoio aos pareceres da SEAE e da SDE. O objetivo seria avaliar “possíveis medidas de desregulação do mercado de comercialização de veículos automotivos, com vistas a estimular práticas de livre mercado no setor”.

#### ***4.4.2 Processos Administrativos contra a Volkswagen, General Motors, Ford e Fiat em 2001***

O segundo caso diz respeito aos Processos Administrativos nº 08012.006516/2001-20 (VW), 08012.006517/2001-74 (GM), 08012.006518/2001-19 (FORD) e 08012.006519/2001-63 (FIAT), que tratam da representação da Fenabrave contra as quatro maiores fabricantes de automóveis atuantes no mercado nacional pela cobrança de preços abusivos de revenda de peças de reposição às concessionárias.

Os processos em epígrafe surgiram da Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40, analisada na subseção anterior, sendo que o CADE, no recurso de ofício, decidiu pelo arquivamento, com exceção da denúncia de preços abusivos de peças de reposição, excluindo a Anfavea das investigações. Ademais, o Plenário decidiu por recomendar à SDE, por unanimidade de votos, “a constituição de Grupo de Trabalho para avaliar possíveis medidas de desregulação do mercado no setor”. Destarte, foram instaurados os quatro processos administrativos para apurar referida denúncia em relação a cada uma das montadoras mencionadas.

Os principais argumentos apresentados foram: (i) o índice de fidelidade corresponde a uma restrição vertical com potenciais efeitos danosos à concorrência e ao mercado consumidor; (ii) existência de poder de barganha das montadoras em relação à indústria de fabricação de autopeças, resultando em ganhos de eficiência, os quais são traduzidos em redução de preço das autopeças para aquisição, ganhos que não são repassados às revendedoras; (iii) os preços cobrados pelas montadoras estariam muito acima daqueles praticados pelas empresas que atuam no setor independente; (iv) os custos das montadoras incorreriam basicamente em custos de etiquetagem, o que não justificaria os preços praticados; (v) as peças genuínas são fisicamente idênticas àquelas revendidas pelas empresas que atuam no setor independente; (vi) não haveria comprovação de que as peças genuínas teriam maior qualidade em relação às demais

---

monopólio da montadora na revenda das peças, nada impede que o excedente da montadora seja apropriado pelo concessionário, beneficiando-se das vantagens associadas à reputação e maior quantidade de itens ofertados, mantendo inalterada a situação do consumidor.” (CADE, 2001, p. 9).

comercializadas pelas mesmas empresas que as fornecem, mas que também atuam no setor independente. (CADE, 2005b).

Por outro lado, os argumentos das montadoras representadas foram uníssonos em apontar que as peças adquiridas pelos fabricantes devem atender a um padrão rígido de inspeções, o que lhes confere maior qualidade, e que as autopeças não passam simplesmente por um processo de etiquetagem para a revenda. Apresentaram como justificativa que, apesar da existência do mesmo controle de qualidade das autopeças fornecidas tanto para a montagem dos veículos, quanto para o *aftermarket*, os processos de armazenagem são distintos, sendo que os custos de aquisição também apresentam diferenças. Ainda afirmaram que os preços mais baixos de aquisição alegados pela representante nem sempre são uma realidade quando atuam no *aftermarket*, justamente em função da diferença de custos e estrutura do mercado.

Consta do relatório que integra o voto do Conselheiro Rigato Vasconcellos:

Complementando esse resumo, seguem algumas passagens da Impugnação da Representante. Primeiramente, ela alega que as quatro maiores montadoras dominavam juntas, em 2001, 95% (noventa e cinco por cento) da produção, sendo que isto lhes confere "posição dominante ao adquirirem peças dos fabricantes de autopeças originais, comprando-as em larga escala e a preços mais baixos não apenas para a produção dos veículos automotores, mas também (em função do índice de fidelidade) para a revenda às concessionárias como peças de reposição, destinadas ao consumidor final que faz uso da rede de assistência técnica autorizada".

Além disso, "as montadoras abusam da posição dominante que detêm ao elevarem, sem qualquer justificativa plausível, os preços das autopeças originais, impondo preços abusivos às concessionárias, que são obrigadas a comprar das montadoras, por força da lei Ferrari, independentemente do preço praticado." Nesse sentido, "as peças são idênticas e não há justificativa plausível para o fato de que as peças originais "certificadas" sejam em média 50 a 100% mais caras que as mesmas peças originais vendidas por fornecedores independentes. Do contrário, que venham as montadoras aos autos justificar tais diferenças. (CADE, 2005b, p. 4).

Os pareceres da SDE, ProCADE e MPF foram no sentido da não ocorrência de ilícito, tendo cada um deles basicamente o mesmo conteúdo para os quatro processos administrativos. (CADE, 2005b, p. 307).

A SDE, em seu parecer, apontou as seguintes conclusões para os quatro processos administrativos:

1. As montadoras possuem poder de mercado no segmento de peças em razão de deterem informações sobre os projetos dos automóveis, que são segredos industriais ou objetos de proteção legal;
2. Há também exercício de poder de mercado unilateral pelas montadoras devido à existência de relação de exclusividade com a Rede Autorizada. O índice de fidelidade previsto na Lei Ferrari também é fator que colabora para a elevação dos preços das peças originais;

3. A montadora detém posição privilegiada para monitorar a qualidade das peças na linha de montagem e aprimorar a qualidade das que seguem para o mercado de reposição, o que confere à peça original uma diferença de qualidade esperada em relação à peça independente.

4. Além disso, as montadoras se beneficiam da assimetria de informação referente à qualidade das peças, conferindo um ágio informacional; (CADE, 2005b, p. 5).

Entretanto, a SDE também argumentou que o controle de qualidade realizado pelas montadoras constitui um fator de diferenciação, bem como a questão da garantia fornecida em peças por elas certificadas. Afirma ainda que não se pode dizer que os preços cobrados pelas montadoras às concessionárias sejam "abusivos", pois resultam de falhas de mercado (assimetria de informação) ou de leis específicas que regulam as relações entre os agentes econômicos ao longo da cadeia produtiva. O exercício regular de poder de mercado e o exercício regular de direitos conferidos pelo marco legal existente afastam uma conclusão pela existência de comportamento abusivo das montadoras. (CADE, 2005b).

A ProCADE, em seu parecer, acompanhou o que foi apurado pela SDE, no sentido de que existem elementos mercadológicos e financeiros que explicam os preços cobrados, com destaque para a garantia dada pelas montadoras e a introdução de melhorias tecnológicas. O MPF, em síntese, também acolheu as alegações da SDE afirmando ainda que a atuação das empresas representadas está amparada pela Lei Ferrari – afastando qualquer alegação de abusividade. (CADE, 2008).

Embora os processos administrativos tenham versado sobre a possível ocorrência de preços abusivos praticados pelas montadoras com denúncias arquivadas ao final.<sup>117</sup>, a questão do índice de fidelidade constitui fator que possibilitou as reinvicações por parte da representante, fundamentando a denúncia de prática de abusividade nos preços, uma vez que o índice seria capaz de facilitar a ocorrência da conduta – muito em função da ausência de liberdade de contratar com outros fornecedores.

Por conseguinte, nada impede que o índice de fidelidade seja retomado para discussão acerca dos efeitos que pode gerar no mercado. Nesse sentido, apesar do pedido de arquivamento, a SDE, em parecer nos mesmos feitos, indicou ao CADE a adoção de uma série de recomendações:

---

<sup>117</sup> O arquivamento se deu nos seguintes termos: “Não se pode dizer que os preços cobrados pelas montadoras às concessionárias sejam “abusivos”, pois resultam de falhas de mercado (assimetria de informação) ou de leis específicas que regulam as relações entre os agentes econômicos ao longo da cadeia produtiva. O exercício regular de poder de mercado e o exercício regular de direitos conferidos pelo marco legal existente afastam uma conclusão pelo comportamento abusivo das montadoras” (CADE, 2005b).

Cumpra-se notar que, embora a exclusividade das vendas pela Rede Autorizada (distribuição seletiva) seja garantida pela Lei Ferrari, o impedimento do *bypass*<sup>118</sup> não o é. O problema é que uma intervenção antitruste que agisse sobre esta vedação do *bypass* seria inócua ou entraria em conflito com o marco legal do setor, podendo nele causar desequilíbrio e, por conseguinte, na relação entre os agentes econômicos ao longo da cadeia. Isso dá a esta SDE a certeza de que uma medida de promoção da concorrência deve ser pensada globalmente para o setor, requerendo-se uma revisão abrangente do marco legal para que a Informação sobre a qualidade das peças seja mais equitativamente distribuída, o acesso a Informações técnicas seja facilitado e as distorções à concorrência possam ser eficazmente sanadas [...]

Mais importante ainda é notar que o lucro operacional médio da rede na atividade de revenda de peças é sempre o maior dentre os de todas as atividades das concessionárias. Custa crer, dessa forma, que os preços de autopeças estejam prejudicando as concessionárias, pois elas também extraem da revenda destas peças uma alta lucratividade. Revendas de peças e de veículos usados parecem ser, portanto, as atividades para as quais as concessionárias estão se voltando com a esperança de alavancar seus lucros depois que a venda de carros novos deixou de ser o carro-chefe da loja. (CADE, 2006b, p. 164 e 85).

Esse argumento reforça o entendimento de que as concessionárias enxergam no pós-venda uma atividade lucrativa, em que gostariam de ser mais competitivas, e uma maneira de cumprir esse objetivo seria o acesso a peças com valores mais baixos. Todavia, nada impede que uma possível redução no valor das peças por elas adquiridas possa ser repassada aos consumidores ou absorvida por meio do aumento do valor da mão de obra ou de outros itens.

A fim de colher subsídios para identificar essas opções, abordar-se-ão na próxima subseção as experiências estrangeiras.

#### 4.5 As experiências norte-americana e europeia

Enquanto no Brasil a regulamentação do setor ficou praticamente inalterada ao longo de três décadas em razão da vigência da Lei Ferrari, nos Estados Unidos e Europa, ela tem se adaptado gradativamente às transformações do setor automotivo.

Nos Estados Unidos, o modelo de franquias, que se consolidou na década de 1950, passou a ser questionado a partir da década de 1990, em função da mudança do comportamento do consumidor e da difusão de novas tecnologias da informação e da alteração da forma de distribuição de veículos novos. Destarte, as franquias exclusivas cederam espaço às franquias multimarcas, bem como às revendas multimarcas, com abrangência nacional<sup>119</sup>.

<sup>118</sup> O *bypass* pode ser entendido como a venda de peças originais fora da rede exclusiva, pelos fabricantes de autopeças.

<sup>119</sup> De acordo com a SDE, “nos EUA, a relação entre montadoras e revendedores é regulada tanto por leis federais como estaduais. Hoffmeister (1995, *apud* Grande, 2004) e Wade (2000, *apud* Salvador, 2001) listam alguns pontos dos quais se destaca:

- Relação é regida por contratos de franquia;



Às montadoras é negado o direito de aplicar cláusulas de exclusividade nos contratos de franquia, mas, embora a lei não permita, essa modalidade negocial pode ser induzida indiretamente pelas montadoras mediante, por exemplo, a utilização de incentivos financeiros àquelas que trabalham com apenas uma marca. Para que isso aconteça, as montadoras utilizam como fundamentação a necessidade de manter a qualidade do serviço associado à marca.

Márcia Mazzeo Grande (2004) salienta que mudanças estruturais na rede de distribuição norte-americana têm sido dificultadas por legislações federais e estaduais, que estabelecem, entre outras condições, a vedação de as montadoras aplicarem cláusulas de exclusividade em contratos de franquia (muito embora elas possam aplicar incentivos financeiros às revendas que trabalham com uma única marca), que foram estabelecidas para favorecer o setor de distribuição em detrimento das montadoras. As mesmas leis têm a capacidade de restringir o aumento do controle das montadoras, as maiores interessadas em remover ineficiências estruturais no sistema de distribuição.

De acordo com informações disponibilizadas no Processo Administrativo 08012.006516/2001-20, na Comunidade Europeia, o número de revendas também tem decrescido. Ainda em 2006, 81% delas trabalhavam, cada uma, exclusivamente com uma montadora, e 66% com apenas uma marca (a diferença entre as percentagens se deve ao fato de que algumas lojas vendem mais de uma marca de uma mesma montadora). A escala é ainda mais baixa que a do Brasil: 61% das revendas vendem menos de 150 carros por ano, e apenas 3% vendem mais de 1.000 num ano. As montadoras alemãs Daimler Chrysler e Volkswagen e a francesa Renault operam lojas próprias em seus respectivos países-sedes. (CADE, 2006a, p. 146).

No que diz respeito ao índice de fidelidade na compra de peças de reposição, a regulamentação norte-americana proíbe a adoção desse tipo de prática. Na esteira dos Estados Unidos, o sistema de comercialização de veículos e peças na Europa passou a ser regido por nova regulamentação a partir de 2002, sendo que, em julho de 2013, o regulamento EU 461/2010 passou a vigorar. De acordo com o comunicado da União Europeia, de julho de 2002:

- 
- Revendedoras têm exclusividade de revenda de carros novos e têm liberdade de definir preços, desde que sem conluio;
  - Exclusividade territorial: as montadoras não podem criar mais pontos de distribuição por área do que ela suporta: embora estas áreas não estejam definidas, convencionou-se um raio de dez milhas como forma de prevenir invasões;
  - Distribuidores protegidos contra quebra unilateral e injustificada do contrato; as montadoras têm o direito de terminar o contrato de diversas formas e a qualquer momento, por fracassarem em atingir o desempenho esperado, mas devem ressarcir os lucros cessantes às concessionárias excluídas desta forma.
  - Montadoras impedidas de fazer bypass às revendas, isto é, de vender diretamente ao consumidor final;
  - Montadoras impedidas de fazer integração vertical a jusante, isto é, possuir ou operar revendas diretamente (32 estados criaram leis neste sentido em 1973);” (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2007, p. 92-93).

O novo regime de isenção por categoria não permite cláusulas, mediante as quais o automóvel (Montadora) tente impedir que as oficinas de reparação (concessionárias) obtenham peças de outras fontes ou que restrinja o direito de as oficinas de reparação autorizadas utilizarem peças com qualidade equivalente as peças originais. Estas medidas farão com que os fabricantes de peças vendam um maior volume às oficinas de reparação, o que permitirá um maior grau de escolha para o consumidor europeu e uma intensificação da concorrência em relação ao fornecimento de peças. (COMISSÃO EUROPEIA, 2002).

Em comunicado, a Comissão entende que, para as peças serem consideradas de “qualidade equivalente”, devem possuir atributos suficientemente elevados para que não prejudiquem a qualidade dos serviços prestados pelas redes autorizadas. Dispõe ainda que a montadora pode apresentar elementos que comprovem que determinado fabricante não cumpriu esse requisito. (COMISSÃO EUROPEIA, 2010).

A análise da experiência internacional mostra-se importante para que os casos brasileiros sejam mais bem analisados, em especial no que diz respeito aos efeitos de eventual supressão do índice de fidelidade das peças de reposição comercializadas.

#### **4.6 Conclusões do capítulo**

A escolha da relação entre montadoras e concessionários e os casos apreciados pelo CADE, especialmente aqueles de autoria da Fenabreve, para compor o presente trabalho tem fundamento em sua importância para o exame do *aftermarket* nacional. Embora sejam procedimentos relativamente antigos e arquivados pela autoridade antitruste brasileira, seus efeitos no *aftermarket* permanecem, especialmente no que diz respeito à diferença de preços praticados pelos agentes.

A adoção de restrições verticais por um marco legal, qual seja, a Lei Renato Ferrari, tem sido alvo constante de críticas, como pôde ser visto na jurisprudência do CADE e no pedido de revogação do estatuto formulado pelo Ministério Público Federal. Uma dessas críticas é que a legislação vigente estaria engessando o desenvolvimento do mercado, especialmente o de vendas e distribuição de veículos. O aumento da concorrência no setor automobilístico brasileiro, observado a partir da década de 1990, fez gerar cada vez mais atritos na relação de exclusividade entre montadoras e concessionárias, pois os consumidores brasileiros foram apresentados a novos fabricantes, acirrando a disputa pela preferência do veículo que melhor lhes atenderia. Com efeito, o modelo que estava estabelecido desde a década de 1970 foi alterado e as tradicionais marcas atuantes no país observaram queda nos lucros.<sup>120</sup>

---

<sup>120</sup> Pimenta aponta que “as quatro grandes redes (Ford, Volkswagen, Fiat e General Motors), indubitavelmente, apresentaram taxa de lucro decrescente no período entre 1990 e 2005. Os dados consolidados das quatro marcas

Nesse sentido, o mercado pós-vendas tem se mostrado cada vez mais como válvula de escape para montadoras e concessionárias fidelizarem seus clientes. A esse respeito, os casos tendo como parte a Fenabreve demonstraram que a relação no *aftermarket* entre montadora e concessionária também não escapa a críticas. Os distribuidores sentem-se pressionados pelos preços impostos e impedidos de atuar em maior faixa de mercado, uma vez que os preços de suas peças são invariavelmente mais altos do que os praticados no mercado independente.

Embora as montadoras argumentem pela qualidade das peças oferecidas e garantia dos veículos, o que se observa no mercado nacional é que, após o período de garantia estabelecido pelo fabricante, grande parcela dos proprietários de veículos passa a realizar manutenções com agentes do mercado independentes, muito em função da disparidade de preços de peças e serviços observados entre as concessionárias e os independentes. Importante questionamento diz respeito à possibilidade de entender que a suspensão do índice de fidelidade presente na legislação poderia se mostrar como solução viável para fomentar maior competitividade na venda de peças de reposição por parte dos concessionários.

À primeira vista, a suspensão poderia representar um problema para as montadoras, que perderiam sua única e principal fonte de escoamento de peças no mercado secundário – as concessionárias. Com efeito, esses agentes passariam a atuar de forma semelhante às distribuidoras independentes, adquirindo peças diretamente dos fabricantes homologados pelas montadoras, assim como fazem os atacadistas descritos no item 2.4.

Uma mudança dessa proporção alteraria os incentivos para que as montadoras continuassem a confiar a terceiros a revenda de produtos e serviços com sua marca. Destarte, às montadoras restariam basicamente duas saídas: (i) negociar condições de venda de peças e serviços para os concessionários, buscando formas de manter a relação com seu único agente distribuidor; ou (ii) adotar novas formas de distribuição, estabelecidas por mudanças mais significativas no modelo atual da regulamentação do setor (através da redução significativa das restrições verticais presentes na Lei Ferrari), conforme observado na Europa e nos Estados Unidos.

A primeira alternativa poderia não se apresentar de forma satisfatória para as montadoras. Isso porque as eficiências que justificariam a adoção de cláusulas de exclusividade

---

mostram uma redução da ordem de 93,38% na taxa média de lucro das concessionárias no ano 2005 em relação a 1990, fato que provocou uma descapitalização em massa da rede e um conseqüente endividamento da rede durante os anos 90, com movimentos crescentes de fusões e incorporações mais intensos nos últimos quatro anos, concentrando uma parcela significativa das concessionárias em grandes grupos espalhados pelo país, os quais passaram a comercializar uma variedade de marcas no mesmo espaço demarcado, possibilitando redução dos custos operacionais do conglomerado” (PIMENTA, 2007, p. 6).

no modelo atual do mercado nacional, conforme apresentadas na seção 4.1, quais sejam, (i) proteção contra o efeito *free-riding* (efeito carona), (ii) estímulo ao esforço de vendas do distribuidor e (iii) redução dos custos de monitoramento poderiam não ocorrer com a suspensão do índice de fidelidade.

O efeito carona seria inevitável, uma vez que o distribuidor teria acesso a treinamentos e informações técnicas dos produtos fornecidos pelas montadoras para adquiri-los de outros fornecedores. Na prestação de serviços o mesmo poderia ocorrer. O gasto despendido por uma montadora no treinamento e qualificação de seus técnicos na manutenção utilizando peças de marcas não recomendadas pela montadora poderia ser desnecessário. Seria melhor aproveitar o *know-how* de montagem disponibilizado pela montadora utilizando peças da marca indicada por ela. Esse tipo de *free-riding* pode ser ainda mais grave se os consumidores não conseguirem distinguir os bens que lhes estão sendo vendidos (como seria o caso em que o cliente não pudesse verificar se a peça instalada é original ou não) ou, mesmo sabendo distingui-los, não puderem mensurar o eventual diferencial de qualidade entre eles.

O estímulo na venda seria em função dos produtos que apresentam maior margem de lucro no momento da transação, mas não dos produtos previamente acordados, o que poderia diminuir a venda dos produtos fornecidos pelas montadoras, que atualmente já chegam ao concessionário com preços estipulados. Por fim, os custos de monitoramento seriam altos, pela própria ausência do dever contratual de se manter a exclusividade.

Por conseguinte, as montadoras invariavelmente incorreriam em novos custos de transação, o que poderia não se mostrar tão interessante assim, levando-as à segunda opção: adotar formas de distribuição direta, como já ocorre na Europa, onde fabricantes operam com lojas próprias.<sup>121</sup> A distribuição direta poderia ocorrer por meio de *sites* eletrônicos e vendas sob encomenda (*build to order*), como acontece com cerca de 50% das vendas realizadas no Japão. Ressalte-se que, no ordenamento jurídico brasileiro, a distribuição direta só pode ocorrer em algumas hipóteses, previstas no artigo 15 da Lei Ferrari<sup>122</sup>, limitando a escolha das montadoras.

<sup>121</sup> No continente europeu, Mercedes Benz e Volkswagen já operam com grande número de lojas próprias.

<sup>122</sup> “Art. 15. O concedente poderá efetuar vendas diretas de veículos automotores.

I - independentemente da atuação ou pedido de concessionário:

a) à Administração Pública, direta ou indireta, ou ao Corpo Diplomático;  
b) a outros compradores especiais, nos limites que forem previamente ajustados com sua rede de distribuição;

II - através da rede de distribuição:

a) às pessoas indicadas no inciso I, alínea a, incumbindo o encaminhamento do pedido a concessionário que tenha esta atribuição;  
b) a frotistas de veículos automotores, expressamente caracterizados, cabendo unicamente aos concessionários objetivar vendas desta natureza;  
c) a outros compradores especiais, facultada a qualquer concessionário a apresentação do pedido.

Nesse sentido, não se pode desconsiderar o avanço da Internet. A GM e a Fiat têm experiências bem-sucedidas de venda *online* de seus veículos. Contudo, atualmente a venda do automóvel novo não prescinde da concessionária, que é onde o comprador recebe o veículo e toda a assistência técnica. De qualquer maneira, a facilidade em pesquisar modelos e preços reduz a importância da assistência direta do vendedor na hora de escolher o carro novo que se quer comprar, reduzindo-se também, conseqüentemente, seu poder de persuasão e a fidelidade do comprador à loja.

O interessante é que essa segunda estratégia – que significa ir em direção à venda direta, flexibilizando a Lei Ferrari – aumentaria o poder das marcas e reduziria a credibilidade das revendas na negociação (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013). Destarte, as montadoras assumiria o papel, atualmente exercido pelas concessionárias, de revenda de peças genuínas, já que não confiariam a terceiros a exploração da marca sem as eficiências que obtinham nos contratos de exclusividade. A indagação que se faz é se, mesmo assim, as concessionárias estariam dispostas a questionar o índice de fidelidade, perdendo a receita advinda da venda de peças, que passaria a ser da montadora; e, ainda, se estariam devidamente estruturadas, em capital, logística e pessoal, para competirem com as grandes empresas que figuram no atacado independente brasileiro, algumas delas líderes na América Latina.

Pelo menos no que diz respeito à venda de peças, não seria interessante para as concessionárias assumir esse “risco”. Talvez por esse motivo o CADE não foi demandado a enfrentar novas questões envolvendo a suspensão do índice de fidelidade, como ocorreu com os casos apresentados pela Fenabrave.

Independentemente desse posicionamento, verifica-se que todas essas mudanças, da suspensão do índice de fidelidade da revenda de peças à venda direta por parte das montadoras, passariam invariavelmente pela mudança do marco legislativo, o que implicaria ampla revisão ou até mesmo revogação da Lei Ferrari.

Quando o MPF, ao final da Nota Técnica nº 44/2013, elenca os benefícios da revogação da Lei nº 6.729/1979 no que diz respeito ao índice de fidelidade, e mais especificamente no tocante a sua eliminação aponta que essa medida poderia imprimir maior competitividade no mercado de peças e serviços (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2013), questiona-se se, de fato, os distribuidores exclusivos e oficinas autorizadas seriam beneficiados por essa mudança,

---

§ 1º Nas vendas diretas, o concessionário fará jus ao valor da contraprestação relativa aos serviços de revisão que prestar, na hipótese do inciso I, ou ao valor da margem de comercialização correspondente à mercadoria vendida, na hipótese do inciso II deste artigo.

§ 2º A incidência das vendas diretas através de concessionário, sobre a respectiva quota de veículos automotores, será estipulada entre o concedente e sua rede de distribuição.” (BRASIL, 1979).

já que dificilmente as montadoras aceitariam a retirada de apenas uma restrição vertical da legislação. Por conseguinte, os fabricantes pleiteariam uma mudança que lhes permitisse vender diretamente para os consumidores, sem as restrições a esse respeito, presentes na Lei Ferrari.

Diante dos questionamentos aqui apresentados, a suspensão do índice de fidelidade teria como grande beneficiário o adquirente, que se veria diante de mais opções de oferta e possível queda de preços. Por fim, a análise da economia dos custos de transação permite identificar quais são os reais incentivos para que os agentes adotem acordos verticais. De todo o exposto, analisando os questionamentos das concessionárias, a suspensão do índice poderia representar um risco apto a gerar consequências no mercado que elas, inicialmente, teriam dificuldades para enfrentar, haja vista a estrutura dos grandes agentes independentes. Essas consequências consistiriam em perder o fornecimento das montadoras e ter de concorrer no mercado independente para atrair mais clientes. O melhor caminho para esses agentes seria, por meio de seus canais de representação, negociar com as montadoras melhores estratégias de preços objetivando obter a fidelização do consumidor.

## 5 DILEMAS ACERCA DA PONDERAÇÃO ENTRE CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL NO *AFTERMARKET* AUTOMOTIVO

Com o objetivo de encorajar futuras inovações e incentivar o lucro da atividade empresarial, os direitos de propriedade intelectual fazem com que empresas despendam esforços em determinada tecnologia ou produto, de modo a competir de forma eficaz no mercado. Ao alocar direitos exclusivos para seus criadores, estes recebem uma recompensa por suas criações, que pode ser concedida por duas vias: pelos lucros que o inovador pode obter por ser o único usuário da inovação ou por meio do licenciamento dos direitos de propriedade intelectual e o consequente recebimento de *royalties*<sup>123</sup>.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) aponta que os direitos de propriedade intelectual decorrem da capacidade inventiva do homem (conhecimento, tecnologia e saberes), possuindo como características:

- Dimensão temporal: Os direitos de PI têm um prazo máximo de vigência durante o qual o titular pode explorar economicamente com exclusividade os bens e processos produtivos decorrentes destes direitos;
- Abrangência do direito: Cada direito de PI apresenta uma delimitação de proteção definida por lei;
- Segurança jurídica: O direito de PI evita que terceiros possam explorar a obra indevidamente sem a prévia autorização do titular do direito;
- Territorialidade do direito de propriedade industrial: Embora o direito de autor tenha validade internacional, o direito de propriedade industrial somente tem validade no país de depósito, desde que analisado e concedido segundo os trâmites legais. Dessa forma, caso se queira exportar e comercializar produtos em outros países, é necessário o depósito de direito de propriedade industrial para garantir a exploração econômica em cada um desses países. (INPI, s/d, p. 5-6).

Assim, a propriedade intelectual refere-se ao conhecimento que o criador detém de como produzir sua criação. Para assegurar o direito de exploração de propriedade intelectual, primeiro é preciso protegê-lo. Segundo aponta Paulo Eduardo Lilla, tradicionalmente, a propriedade intelectual é dividida em direitos de propriedade industrial (patentes, modelos de utilidade, desenhos industriais e marcas) e direitos autorais (direitos de autor, direitos conexos e a proteção dos programas de computador), muito embora existam atualmente tipos de direitos

---

<sup>123</sup> Uma característica de fundamental importância da propriedade sobre bens imateriais é a possibilidade de ser usada em vários lugares ao mesmo tempo, assim como também existem as características comuns à propriedade, que cabem somente ao titular do bem, quais sejam: usar, gozar e dispor do produto, bem como impedir que terceiros dele se apropriem.

de propriedade intelectual que não se enquadram necessariamente na dicotomia entre direito industrial e autoral<sup>124</sup> (LILLA, 2014, p. 33).

Em termos gerais, a propriedade intelectual é disciplinada no Brasil pelas Leis nº 9.279/1996 (propriedade industrial), 9.456/1997 (cultivares), 9.609/1998 (*softwares*) e 9.610/1998 (direitos autorais), além de constituir preceito constitucional arrolado entre os direitos e garantias fundamentais, com previsão nos incisos XXVII, XXVIII e XXIX, em consonância com os incisos XXII e XXIII, do artigo 5º da Constituição Federal.

O pressuposto básico da proteção aos direitos de propriedade intelectual decorre do fomento à inovação. Nesse sentido, aponta Luís Alberto Camelier da Silva (2014) que os incentivos para que um agente inove no mercado decorrem de uma adequada proteção que possa resguardar os direitos decorrentes do ato inventivo. Argumenta que, diante dessa prerrogativa, economistas<sup>125</sup>, no século passado, justificaram a existência do sistema de proteção aos direitos de propriedade intelectual como elemento fundamental para o adequado funcionamento do mercado, uma vez que os direitos à exclusividade visam à maximização da eficiência alocativa dos recursos – proporcionando, dessa forma, o desenvolvimento econômico e o bem-estar dos consumidores.

Destarte, esse incentivo (fomento à inovação) tem um preço, qual seja, a permissão para aquele que tenha investido em pesquisas desfrutar de um monopólio temporário, a fim de que recupere seu investimento. “Desconsiderar a necessária proteção desses direitos acabaria por desestimular tais investimentos com potencial impacto negativo sobre o nível de investimento eficiente em inovação” (RIBEIRO; ROLIM, 2011, p. 2-3).

De acordo com Leandro Novais e Silva (2012), o direito de uso exclusivo conferido ao titular dos direitos de propriedade intelectual, sob o ponto de vista da Análise Econômica do Direito, advém da ponderação dos possíveis benefícios dos direitos à exclusividade diante de eventuais custos decorrentes da concessão. Problemas concorrenciais e restrições de acesso nunca poderão ser superiores aos incentivos ao processo inventivo e possíveis ganhos remuneratórios do detentor, perspectiva esta (ganhos remuneratórios) que, de fato, cria estímulos para que o autor possa despender recursos no processo criativo. Como afirma Bárbara Rosenberg (2008), é inegável que a exclusividade concedida aos detentores dos direitos de

---

<sup>124</sup> Essa terceira via seria a proteção *sui generis*, que envolve a topografia de circuito integrado e as variedades de plantas chamadas de cultivar, bem como os conhecimentos tradicionais e o acesso ao patrimônio genético, sendo cada tipo de proteção regulamentada por legislação própria. Neste caso, o direito à proteção também depende de registro em órgão competente, e o prazo máximo de validade varia de acordo com o tipo específico.

<sup>125</sup> Entre eles o austríaco Joseph Alois Schumpeter, um dos pioneiros na análise da relação entre inovação em desenvolvimento, em sua obra “A Teoria do Desenvolvimento Econômico” (Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung), publicada em 1911.



propriedade intelectual limita a concorrência no momento imediato (também chamada de concorrência estática), por vezes criando uma espécie de monopólio temporário, ainda que, posteriormente, tal proteção fomente a concorrência em uma perspectiva mais dinâmica<sup>126</sup>.

Já para o Direito Antitruste, as situações de concorrência são comumente consideradas superiores às de monopólio, em termos de geração de benefícios e bem-estar social<sup>127</sup>. Assim, é inegável que o chamado “monopólio temporário”, concedido aos detentores de direitos de propriedade intelectual, chame a atenção das autoridades que regulam a atividade econômica. Na esteira do pensamento de Calixto Salomão Filho, o direito concorrencial não visa tutelar os concorrentes, tampouco o mercado, mas a concorrência (SALOMÃO FILHO, 2003, p. 50). Nesse sentido, um ambiente de fomento às inovações propicia, conseqüentemente, um ambiente de livre concorrência, gerando maior bem-estar ao consumidor<sup>128</sup>.

O que se observa, portanto, é que os direitos de propriedade intelectual e da concorrência, instrumentos distintos, buscam o mesmo fim. Enquanto o direito de propriedade intelectual estimula a inovação, restringindo temporariamente a concorrência referente ao produto protegido; o da concorrência, por sua vez, garante primeiramente a manutenção da livre concorrência no mercado em geral, atuando indiretamente como estímulo, entre outros aspectos, ao investimento em inovação como fator de competição entre os agentes econômicos.

Todavia, a relação entre os institutos pode restar conflituosa no caso de abuso do direito de propriedade intelectual<sup>129</sup>. Isso porque o incentivo à inovação pode encobrir estratégias anticoncorrenciais. O objetivo se torna menos a proteção da inovação, e mais a proteção contra

---

<sup>126</sup> Conforme aponta Fabiano Teodoro de Rezende Lara: “A inexistência de um regime de proteção à produção intelectual poderia levar a uma situação em que os gastos com pesquisa e desenvolvimento não compensassem a riqueza produzida pela produção intelectual. Se qualquer um pudesse se apropriar dos esforços e investimentos do agente inovador, não haveria motivo para fazer o arriscado investimento em inovações. Nessa situação, não haveria estímulo eficiente à produção de inovações, [...] e não haveria desenvolvimento” (LARA, 2014, p. 362).

<sup>127</sup> O Direito Antitruste visa à proteção da concorrência e ao combate às práticas abusivas de poder econômico, com vistas a preservar as estruturas de mercado. Ele baseia-se no axioma de que o mercado funciona melhor quando há competição, procurando oportunidades para satisfazer a demanda dos consumidores. (ANDRADE, 2007).

<sup>128</sup> Alberto Luís Camelier da Silva aponta que o conceito de bem-estar do consumidor é amplo e não se refere apenas à aquisição, pelo consumidor, de bens e serviços de boa qualidade e a preços baixos. Também pode abranger isso. Ao citar teóricos da Escola de Chicago, afirma que bem-estar é sinônimo de maximização da eficiência econômica, isto é, quanto mais eficiência os agentes proporcionarem ao mercado, maior grau de bem-estar conferido aos consumidores, independentemente se haverá restrição ou até mesmo uma supressão da concorrência. (SILVA, 2014).

<sup>129</sup> De acordo com Lilla, “abuso de direito ocorre quando o titular desse direito o exerce de modo a extrapolar seus limites jurídicos, desviando das finalidades sociais e econômicas para as quais o direito foi conferido. Nesse contexto é possível afirmar que abuso de direitos de propriedade intelectual, seja no caso de patentes ou de direitos autorais pressupõe a exploração irregular de tais direitos, para além dos limites legais, de modo a contrariar suas funções sociais e econômicas, conforme referidas no Artigo 7 do TRIPS, quais sejam, *promover a inovação tecnológica e a transferência e difusão da tecnologia, em benefício mútuo de produtores e usuários de conhecimento tecnológico e de uma forma conducente ao bem-estar social e econômico.*” (LILLA, 2014, p. 99-100, grifos do autor).

os concorrentes. À medida que mais e mais direitos de propriedade intelectual são concedidos, crescem os detentores de privilégios, que utilizam o que Gustavo Piva de Andrade denomina como “direito de excluir”. Com isso, diversas tensões são criadas<sup>130</sup>, a ponto de se questionar o próprio sistema de proteção à propriedade intelectual da forma como é atualmente concebido. (ANDRADE, 2007).

A digressão a respeito da interface entre os direitos de propriedade intelectual e o direito da concorrência se faz necessária para cumprir com os objetivos do capítulo. As análises até o momento efetuadas visam identificar se o escopo dos direitos de propriedade intelectual é atingido, ou seja, se o que se busca é fomentar a inovação, ou se os direitos são utilizados de forma abusiva, como forma de fechamento de mercado, com conseqüente criação de barreira à entrada de novos concorrentes no *aftermarket* automotivo.

Para tanto, na primeira seção deste capítulo será realizada uma análise do papel das inovações tecnológicas no setor automotivo, demonstrando seus impactos no *aftermarket*. A partir dos efeitos observados, se verificará a possibilidade de tais direitos estarem sendo exercidos de forma abusiva, do ponto de vista concorrencial. A partir da constatação de eventuais abusos, passar-se-á à análise de dois importantes casos submetidos ao CADE: o caso ANFAPE e o caso dos *scanners* de diagnóstico automotivo, que serão analisados, respectivamente, nas seções 5.2 e 5.3.

Na seção 5.4 será apresentada a experiência internacional, buscando obter informações sobre se os casos debatidos no Brasil já foram objeto de escrutínio por parte de autoridades antitruste estrangeiras, tendo em vista que esse mercado possui dimensões globais.

Por conseguinte, em cotejo com a experiência internacional, à seção 5.5 são reservados comentários a respeito dos casos brasileiros, de modo a identificar a postura da autoridade antitruste pátria acerca das questões atinentes ao *aftermarket*.

---

<sup>130</sup> Entre os casos submetidos à análise do CADE, destacam-se: Caso Monsanto (Averiguação Preliminar 08012.008659/1998-08), referente a alegações de venda casada e recusa de venda de sementes transgênicas de soja; Caso Microsoft (Averiguações Preliminares 08012.002034/2005-24 e 08012.004570/2000-50), referentes a alegações de recusa de licenciamento de tecnologia do sistema operacional Windows e venda casada do sistema operacional, fixação de margens de lucro e outorga de licenças com uso restritivo; Caso Alcoa (AP 08012.005727/2006-50), com alegação de falso pedido de registro de desenho industrial e modelos de utilidade; Caso Gradiente e CCE vs. Philips - padrão DVD (AP nº 08012.001315/2007-21), com alegações de: envio de cartas ameaçando clientes de cobranças por produtos adquiridos sem pagamento de royalties; inclusão no padrão DVD (*pool* de patente) de tecnologias não essenciais, das quais não era proprietária; cobrança de preços abusivos para licença e recusa de negociação; discriminação no licenciamento entre produtores de DVD. Cumpre destacar que todos esses casos foram arquivados, ao argumento de insuficiência de evidências de infração.

## 5.1 A propriedade intelectual no setor automobilístico e reflexos no *aftermarket*

Nos últimos anos a indústria automobilística vem passando por diversas transformações geradas por novas tecnologias. São dezenas de inovações, que incitam mudanças em setores de negócio dominados, na maioria dos casos, por *players* gigantes e com suas marcas já estabelecidas<sup>131</sup>.

Leandro Novais e Silva, ao descrever os paradigmas das chamadas nova e velha economia, fazendo uma interface com os direitos de propriedade intelectual, descreve que a chamada “velha economia” está centrada no modelo de negócio, ainda que com notável incremento tecnológico, da produção de forma compartimentada, de produtos físicos, cujo símbolo é o automóvel. Produção fordista ou taylorista, de massa, de maneira segmentada, ainda que hoje quase toda transnacional (modelo toyotista), com o aproveitamento máximo de vantagens comparativa, clássico do século XX. A nova economia, por sua vez, está calcada no modelo de negócio digital, impulsionado pelo desenvolvimento da Internet e de novas tecnologias associadas, característico do século XXI. A fragmentação criativa é total, simbolizada pela indústria do *software*. (SILVA, 2012).

A análise proposta pelo presente capítulo busca identificar fragmentos tanto da nova quanto da velha economia acima descritas. Por mais que a produção automobilística represente o símbolo de um modelo econômico já consolidado, é inegável a importância dos impactos de novas tecnologias no mercado – mais notadamente a inserção dessas tecnologias em veículos. A convivência complementar entre os modelos de negócio passa inegavelmente pelos direitos de propriedade intelectual.

Nesse sentido, o incentivo às inovações por meio dos direitos de propriedade intelectual se torna ferramenta indispensável para o desenvolvimento de novos produtos. Conforme apontado por Paulo Brancher (2008), a teoria desenvolvida por Joseph Alois Schumpeter – economista austríaco – buscou compreender a ascensão de ramos de atividades inteiramente novos que desestruturavam a base dos velhos setores e tecnologias. Segundo sua teoria do ciclo econômico, as inovações, quando implementadas por setores líderes na economia, em um primeiro momento promovem uma expansão que distancia a economia de seu ponto de

---

<sup>131</sup> “Com base no método proposto pelo U.S. Bureau of Census (BOC) para definir as indústrias high-tech, ‘o automóvel pode ser descrito como uma plataforma hospedeira de tecnologias de ponta e a indústria [automobilística] como uma produtora destas tecnologias’ (McAlinden et al., 2000, p. 20). De fato, a indústria automobilística utiliza (ou desenvolve internamente) tecnologias de ponta e componentes de quatro áreas consideradas avançadas – 1) computadores e telecomunicações, 2) eletrônica, 3) manufatura integrada por computadores e 4) design de materiais – de um total de dez que definiriam, segundo a metodologia sugerida pelo BOC, as indústrias de alta tecnologia (McAlinden et al., 2000).” (CARVALHO, 2008, p. 432).

equilíbrio, gerando altos lucros para o inovador. Com o tempo, a rentabilidade vai se dissipando, à medida que as inovações vão sendo adotadas por um número cada vez maior de seguidores. Por fim, a economia se contrai, tendendo a retornar a seu ponto de equilíbrio.

Assim, cada nova tecnologia retira ou diminui o valor das anteriores, sendo o progresso consequência lógica desse processo, que é, ao mesmo tempo, destruidor e criativo (BRANCHER, 2008)<sup>132</sup>. Por conseguinte, a lógica de Schumpeter se aplica muito bem na indústria automobilística, por se tratar de mercado bastante dinâmico, em que a busca por novos modelos e desenhos é constante. Montadoras lançam anualmente modelos mais modernos para atrair mais consumidores. Muitas vezes, há alterações substanciais de *design*, tornando o modelo (ou geração) anterior de determinado veículo fora dos novos padrões da “estética automobilística”.

O setor automotivo é tomado por proteções das mais diversas formas – marcas, patentes, desenho industrial, direitos autorais sobre *softwares*, entre outros. Se, antes, “os produtores se preocupavam apenas em atender as funções técnicas e protegê-las por meio de patentes e modelos de utilidade, cristalizada na famosa frase de Henry Ford: ‘carro para ser bom tem que ser preto e ser Ford’” (SILVA, 2014, p. 177), com o passar do tempo a função estética passou a ganhar importante relevo na indústria automobilística, e a ampliação dos direitos de propriedade industrial – agora com o desenho industrial – passou a compor o campo de proteções dentro de setor automotivo. A tutela do desenho industrial e seus efeitos no *aftermarket* serão mais bem definidos na seção seguinte, quando da análise do caso Anfape.

Da mesma forma, a evolução tecnológica nos veículos, que tem como um dos marcos a promulgação da lei norte-americana denominada Clean Air Act<sup>133</sup>, que veio determinar a implementação de sistemas tecnológicos que monitorem a emissão de poluentes dos automóveis, produziu um interessante efeito na indústria automobilística de expandir o uso da tecnologia para o controle de outros sistemas do veículo<sup>134</sup>. Nesse sentido, o automóvel tende

---

<sup>132</sup> Schumpeter idealizou a expressão “destruição criadora”, isto é, ao longo do processo de desenvolvimento econômico seria imprescindível a rápida obsolescência dos produtos gerando sua substituição por outros ou, ainda, a mudança de hábitos de consumo, gerando a “necessidade” de consumir novos produtos, coisa que os publicitários e profissionais do marketing se desincumbiram com maestria nos últimos tempos. (SILVA, 2014, p. 126).

<sup>133</sup> Ou Lei do Ar Limpo (UNITED STATES OF AMERICA, 2004).

<sup>134</sup> “A esse respeito, por meio de uma investigação realizada pelo governo norte-americano, foi deflagrado em setembro de 2015 o escândalo apelidado de “dieselgate”, envolvendo uma das maiores montadoras do mundo. A Volkswagen admitiu ter utilizado um *software* para burlar resultados de testes de emissão de poluentes em milhões de veículo movidos a diesel em todo mundo. Nas ruas, o *software* era desativado, fazendo com que os automóveis poluissem mais do que o nível aceitável. A descoberta da fraude ocorreu em testes realizados justamente após a montadora ter anunciado veículos com baixa emissão de poluentes – mais especificamente sem a utilização de ureia na mistura de gases e água, amenizando, assim, o efeito nocivo do óxido de nitrogênio. Em 2016 a empresa fez acordo bilionário nos EUA, enquanto que no Brasil, após o anúncio de *recalls*, a filial

a ser cada vez mais comandado por sistemas eletrônicos, e a proteção desses sistemas é abarcada invariavelmente pelos direitos de propriedade intelectual. O regime jurídico adotado para disciplinar a proteção dos programas de computador será descrito no item 5.4, quando se analisará o caso dos *softwares* de diagnóstico automotivo.

Como já destacado na introdução desse capítulo, à medida que mais e mais direitos de propriedade intelectual são concedidos, aumenta o número de detentores de privilégios que fazem uso de seu respectivo “direito de excluir”. Isso cria diversas tensões no campo concorrencial, o que tem levado muitos a questionar o próprio sistema de proteção à propriedade intelectual tal como hoje é conhecido.

Nesse sentido, a proteção excessiva dos direitos de propriedade intelectual pode criar um efeito reverso de desestímulo. Carl Hittinger cita interessante episódio a respeito da carga de proteção de direitos de propriedade industrial observada nos Estados Unidos quando Henry Ford quis lançar seu automóvel no início do século XX. Trata-se de um caso célebre que demonstra o importante papel que os direitos de PI exercem na formação de um cenário competitivo na indústria automotiva. Em 1903, a Association of Licensed Automobile Manufacturers (ALAM)<sup>135</sup>, composta à época por 11 fabricantes, tentou impedir Henry Ford de construir seu primeiro automóvel movido por um motor de quatro tempos a gasolina. O motivo é que tais fabricantes detinham a patente de um motor a combustão, que, embora não tivesse sido testada em um protótipo para verificar sua inventividade, foi concedida e permitiu a seus detentores, em especial George Selden (que deu nome à patente), imporem *royalties* a todos os fabricantes de automóveis estadunidenses. (HITTINGER, 2014).

Entretanto, os detentores da ‘Patent Selden’ negaram o pedido de licenciamento para Ford, que, desafiando a Associação, deu início a suas atividades com a Ford Motor Company – fato que gerou uma disputa no mercado (com a ALAM alertando os consumidores que a Ford estaria infringindo direitos de propriedade intelectual), além de um processo judicial que durou cerca de oito anos, tendo a Ford como vencedora. A defesa de Henry Ford conseguiu provar que o motor produzido pela incipiente empresa apresentava características distintas daquele protegido por patentes. Inclusive é narrado o fato de que Selden foi desafiado a produzir um veículo com sua patente de motor, que não funcionou, enquanto Ford respondeu chegando ao Tribunal dirigindo um de seus veículos. (HITTINGER, 2014).

---

brasileira ingressou na Justiça em função do processo administrativo aberto pelo Procon-SP e contra uma multa aplicada pelo Ibama. As duas penalidades somariam aproximadamente R\$ 58 milhões.” (VOLKSWAGEN..., 2017).

<sup>135</sup> Ou Associação de Fabricantes de Automóveis Licenciados.

Na esteira do que afirma Stephan Kinsella (2010), o aumento do escopo da propriedade intelectual e de sua duração tornaria as gerações subsequentes sufocadas pelas crescentes restrições sobre seu próprio uso da propriedade. O autor ainda adverte que ninguém seria capaz, por exemplo, de usar uma lâmpada sem pedir permissão aos herdeiros de Thomas Edison – na medida em que todo uso de propriedade tangível seria quase impossível, uma vez que cada ação e uso concebível de propriedade estaria infringindo direitos sobre propriedade intelectual acumulados e preexistentes.

Da mesma forma, Camelier da Silva, ao expor o entendimento de Lawrence Lessig, dita que:

[...] o alargamento constante do sistema de propriedade intelectual no mundo, através da proteção a outras formas de proteção a outras formas de criação e inventividade, tais como, cultivares, topografia de circuitos integrados, base de dados não originais, estudos clínicos dentre outros, pode gerar uma superproteção, cujo resultado poderá ser justamente contrário ao que se almeja: a inibição da criatividade e da inovação, com consequências funestas para o desenvolvimento tecnológico. (SILVA, 2014, p. 123).

Por conseguinte, como destacado por Fabrício Bertini Pasquot Polido, “formas de proteção excessiva dos direitos de propriedade intelectual para invenções em mercados primários podem (à montante) prejudicar a pesquisa subsistente nos mercados secundários (à jusante)” (POLIDO, 2010, p. 396). Destarte, a superproteção ou seu uso inadequado dos direitos de propriedade intelectual podem dar margem a abusos. Dessa forma, chega-se à análise dos reflexos que esses eventuais abusos podem provocar no mercado objeto de estudo do presente trabalho.

De início, a já descrita dicotomia entre os mercados primário e secundário automotivo (capítulo 2) apresenta um sem-número de interconexões, sendo a propriedade intelectual uma delas, em função dos efeitos de sua proteção e oponibilidade *erga omnes*.

Nesse sentido, Camelier da Silva, ao analisar a extensão do poder de um mercado para outro, faz alusão à chamada “teoria da alavancagem”, desenvolvida pelo professor da Universidade de Chicago Aaron Director – a qual consiste no fato de um monopolista poder usar sua posição de monopólio em um mercado para alavancar maior poder de mercado em um segundo mercado. (SILVA, 2014).

Um dos casos que melhor explora a situação acima mencionada, diz respeito ao chamado “caso Kodak”<sup>136</sup>, julgado pela Suprema Corte Norte-Americana em 1992. Nesse caso, o poder de mercado da empresa no mercado primário foi estendido eficazmente para o mercado

---

<sup>136</sup> Eastman Kodak Co v. Image Tech. Svcs., 504 U.S. 451 (1992).

secundário<sup>137</sup>, na medida em que a fabricante de fotocopiadoras passou a vender peças sobressalentes somente para consumidores que adquiriram o serviço de manutenção da fabricante Kodak, ou através de suas licenciadas. (SILVA, 2014).

O fechamento de mercado veio a ocorrer a partir da constatação de que existia um crescente mercado de reparação e manutenção independente dos equipamentos Kodak, que prestavam tal serviço com qualidade igual ao superior àquela oferecida pela própria fabricante – e a preços substancialmente inferiores. As empresas independentes mantinham um estoque de peças, adquiridas da própria Kodak ou de suas licenciadas autorizadas, uma vez que os equipamentos da fabricante e seus programas de *software* não eram compatíveis com equipamentos de máquinas concorrentes, assim como suas peças de reposição. (SILVA, 2014).

Diante desse cenário, a Kodak adotou uma política de limitar o acesso das prestadoras de serviços independentes a outras fontes de peças da Kodak – conduta que foi questionada pelos independentes por meio de ação judicial, à luz da Lei Sherman, ao argumento de que a fabricante estaria adotando uma conduta anticompetitiva e excludente com a única intenção de monopolizar o mercado secundário, prejudicando, por conseguinte, os consumidores de equipamentos da marca – entre eles, órgãos públicos. (SILVA, 2014).

Uma das teses apresentadas pela fabricante foi a de que ela nem sequer tinha poder ou monopólio no mercado e, diante disso, não poderia estender ao mercado secundário um poder que não detinha no mercado à montante. Todavia, essa tese não vingou nos tribunais superiores do Estados Unidos, entendendo-se ser possível que uma empresa tenha poder no mercado secundário sem ter participação relevante no mercado secundário. Nesse sentido, Camelier da Silva cita exemplo fornecido por Hovenkamp em estudo sobre o próprio caso Kodak, e que é bastante útil para a análise que este estudo se propõe:

[...] A BMW desenvolveu e patenteou um sistema de freio antitravamento eficaz. A BMW pode produzir o sistema a um custo marginal de \$ 50, mas seu preço de maximização de lucro é \$ 75, sugerindo que a montadora tenha um poder de mercado significativo no dispositivo. Suponha ainda que a BMW instale o dispositivo em um carro de luxo vendido em um mercado competitivo e produzido a um custo marginal de \$ 50.000, incluindo o sistema de freio antitravamento. Assumindo que a BMW não tem poder de mercado em qualquer parte da sua produção, exceto o dispositivo de freio antitravamento, o preço que maximiza os lucros para este automóvel seria \$ 50.025 – ou seja, a BMW iria colher 25 dólares em lucros econômicos de seu monopólio no dispositivo de freio, mas ganharia apenas lucros competitivos no balanço do carro. Os valores acima são consistentes com as proposições que (1) a BMW não tem poder de mercado no mercado primário para seus automóveis, mas (2)

---

<sup>137</sup> De acordo com Venício Branquinho Pereira Filho, “Valendo-se de seu poder no mercado de fabricação de equipamentos de fotocópia e de micrográficos, alguns dos quais eram patenteados e protegidos por direitos autorais, a empresa estaria prejudicando a concorrência no mercado secundário de prestação de serviços sobre tais equipamentos. Em resumo, a abusividade da Kodak estaria configurada, pois tentava monopolizar mercado diverso daquele em que o direito de PI teria sido reconhecido.” (PEREIRA FILHO, 2016, p. 56).

tem poder de mercado significativo em um dos mercados de reposição – ou seja, o mercado para seu dispositivo de freio antitravamento. Por exemplo, empregando o tipo de análise sugerida pelas Diretrizes das Fusões, a BMW pode lucrativamente aumentar o preço do dispositivo antitravamento em cinquenta por cento acima do custo marginal – claramente um sinal de que o dispositivo define um mercado relevante antitruste. No entanto, seu preço de maximização de lucros para a indústria automobilística como um todo é apenas um vigésimo de um por cento acima do preço competitivo, sugerindo competição quase perfeita. Claramente, não se pode inferir a falta de poder de mercado em mercados de reposição por falta de poder de mercado nos mercados primários.<sup>138</sup> (HOVENKAMP, 2016, p. 127-128, tradução nossa).

O fechamento de mercado é a consequência mais comum de empresas que buscam estender seu poder de mercado para o *aftermarket*, e a analogia com o mercado secundário automotivo torna-se inevitável. Se um agente busca a extensão desse poder de forma eficiente, não prejudicando a livre concorrência e as escolhas do consumidor, não existirão problemas de ordem concorrencial. Todavia, eventual uso abusivo de direitos de propriedade intelectual pode gerar ineficiências, uma vez que o consumidor pode ter suas opções no mercado suprimidas por ausência de opções – denominada ausência de substituíbilidade.

No entanto, questiona-se de qual forma os direitos de propriedade intelectual poderiam ser exercidos de forma abusiva. Conforme atesta o ex-Conselheiro Carlos Ragazzo (CADE, 2010), as condutas anticompetitivas advindas de direitos de propriedade intelectual são representadas por uma dicotomia: (i) de um lado, aquelas provenientes de fraudes ou abusos no procedimento de registro do direito de propriedade intelectual; e (ii) de outro lado, condutas decorrentes do abuso de propriedade industrial em si.

O primeiro grupo diz respeito ao uso inadequado ou fraudulento do processo de registro e concessão de patentes. Nesses casos, a empresa infratora manipula patentes pendentes, decorrentes de lapsos temporais na análise e deferimento dos pedidos de registro, exclusivamente com o escopo de produzir um resultado danoso sobre seus concorrentes.

---

<sup>138</sup> No original: “[...] BMW has developed and patented an affective anti-lock brake device. BMW can produce the system at a marginal cost of \$50, but its profit-maximizing price is \$75, suggesting that BMW has substantial market power in the device. Suppose in addition that BMW installs the device in a luxury car sold in a competitive market and produced at a marginal cost of \$ 50,000, including the anti-lock brake device. Assuming that BMW lacks market power in any portion of its production except the anti-lock brake device, the profit-maximizing price for this automobile would be \$50,025 that is, BMW would reap \$25 in economic profits from its monopoly in the anti-lock brake device, but it would earn only competitive profits on the balance of the car. The above figures are consistent with the propositions that (1) BMW lacks market power in the primary market for its automobiles, but it (2) has substantial market power in one of the aftermarkets—namely, the market for its anti-lock brake device. For example, employing the kind of analysis suggested by the Merger Guidelines, BMW can profitably raise the price of the anti-lock device by fifty percent above marginal cost—clearly a sign that the device defines a relevant antitrust market. However, its profit maximizing price for the automobile as a whole is only one-twentieth of the percent above the competitive price, suggesting nearly perfect competition. Clearly, one cannot infer lack of market power in the aftermarkets from lack of market power in primary markets.” Sobre o mesmo caso, conferir Camelier da Silva (2014, p. 2019).



Já as condutas advindas de abuso no direito de propriedade industrial não necessariamente decorrem de fraudes no procedimento de registro, tampouco da validade ou não desse procedimento. São efeitos anticompetitivos decorrentes do abuso no exercício do direito de propriedade intelectual em si, bem como efetivada por outros meios, como, por exemplo, aquele que advém do abuso de posição dominante por parte de uma empresa detentora de direitos de propriedade intelectual.<sup>139</sup>

Diante da necessidade de controlar a tensão existente entre propriedade intelectual e as normas antitruste, Lilla destaca que o Departamento de Justiça dos Estados Unidos (DOJ) e a Federal Trade Commission (FTC) “passaram a adotar uma abordagem flexível na exploração dos direitos de propriedade intelectual, que culminou em 1995 com a publicação do Antitrust Guidelines for the Licensing of Intellectual Property (‘Diretrizes de 1995’)” (LILLA, 2014, p. 136). Trata-se de um guia de análise antitruste de contratos de licenciamento de direitos de propriedade intelectual. A partir da constatação da complementariedade entre os direitos da concorrência e da propriedade intelectual, as autoridades antitruste passaram a considerar os efeitos pró-competitivos que poderiam advir dos acordos. (LILLA, 2014).

Essas diretrizes fornecem princípios básicos e determinam como as autoridades deverão lidar com as condutas envolvendo direitos de propriedade intelectual. São eles:

- i) a propriedade intelectual é essencialmente comparável a qualquer outra forma de propriedade; ii) não se presume que a propriedade intelectual cria poder de mercado no contexto antitruste; e iii) se reconhece que o licenciamento de propriedade intelectual possibilita empresas a combinarem fatores complementares e é geralmente pró-competitivo. (ANDRADE, 2007).

---

<sup>139</sup> O rol apresentado por Ragazzo em seu voto é baseado nas diretrizes americanas “Antitrust Guidelines for the Licensing of Intellectual Property”: “(i) restrições horizontais: acordos de licenciamento entre partes horizontalmente relacionadas podem gerar eficiências, mas em certos casos também podem conter restrições competitivas, como fixação de preços, divisão de mercados, acordos de redução de ofertas e boicotes a agentes do mercado; (ii) fixação de preço de revenda: acordos de licenciamento nos quais o detentor da propriedade intelectual impõe ao licenciado um preço de revenda. São considerados pelo guia americano como condutas anticompetitivas ilegais. (iii) venda casada: em determinadas circunstâncias, podem surgir efeitos anticompetitivos quando o licenciamento de um direito de propriedade intelectual a um determinado agente for condicionado à aquisição, por esse agente, de uma outra licença ou de produtos e serviços. (iv) exclusividade: ocorre quando o licenciador proíbe o licenciamento de sublicenciar ou vender a tecnologia, ou vice-versa. Tais acordos podem gerar efeitos anticompetitivos, dependendo do risco de fechamento do mercado, da duração do acordo e de outras características mercadológicas. (v) licenciamento cruzado e *pools*: ocorrem quando dois ou mais detentores de direitos de propriedade intelectual acordam em licenciar seus direitos entre si ou para terceiros. Tais acordos podem ser pró-competitivos, na medida em que, por exemplo, integrem tecnologias complementares, reduzam custos de transação ou liberem o acesso a tecnologias. Sob certas circunstâncias, porém, esses acordos podem gerar efeitos competitivos, caso, por exemplo, fixem preços coletivos, estabeleçam restrições de oferta, dividam mercados ou excluam agentes. (vi) *grantbacks*: são acordos pelos quais o licenciado se compromete a estender ao licenciador da propriedade intelectual o direito de utilizar eventuais melhorias que o licenciado efetuar na tecnologia em questão. *Grantbacks*, normalmente, são tomados como pró-competitivos, especialmente na ausência de cláusulas de exclusividade. A concorrência pode ser afetada, contudo, se os incentivos do licenciado em se engajar em projetos de inovação forem substancialmente reduzidos, limitando a rivalidade no mercado” (U.S. DOJ; FTC, p. 23-36 *apud* CADE, 2010, p. 14-15).

O Brasil não possui diretrizes oficiais, porém, a “Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)<sup>140</sup>, por meio da sua Comissão de Direito da Concorrência, elaborou as Diretrizes Antitruste em Matéria de Propriedade Intelectual” (ANDRADE, 2007). É importante salientar que, de acordo com essas diretrizes, não são todas as práticas envolvendo direitos de propriedade intelectual que geram problemas na esfera antitruste. Muitas vezes, esses problemas podem ser explicados pelo fato de o titular do direito não deter poder de mercado ou detê-lo unicamente em decorrência de sua maior eficiência. (ANDRADE, 2007).

Com relação à maior eficiência do agente, ela ocorre quando ele é mais eficiente que seus competidores, sobressaindo-se no mercado. Nesse caso, o agente não pode ser punido tão somente em função dessa eficiência. Se assim fosse, o empresário se sentiria desestimulado a buscar inovação. Portanto, não cabe ao sistema de defesa da concorrência garantir a sobrevivência de agentes ineficientes ou tecnologias já defasadas. (ANDRADE, 2007).

A análise de eventuais abusos de direitos de propriedade intelectual que aqui se propõe realizar, mediante o estudo de dois casos, diz respeito a condutas decorrentes do abuso de propriedade industrial. Nesse sentido, deve-se questionar sobre a verdadeira motivação do agente em despender recursos – se, de fato, busca promover inovação ou apenas garantir de forma meramente registral que o acesso de terceiros seja impedido.

Os dois casos que serão analisados nas próximas subseções foram submetidos ao CADE e tratam de denúncias de eventuais abusos aptos a gerarem distorções de incentivos no *aftermarket* automotivo. De início, eles serão apresentados de forma a destacar os argumentos de representantes e representados, bem como das decisões tomadas pela autoridade antitruste. Posteriormente, após um breve panorama internacional, serão comentados em cotejo com as contribuições das decisões tomadas por outras autoridades antitruste.

## 5.2 O caso Anfape

O caso em tela transita dentro do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência desde de 2007, a partir da representação (ANFAPE, 2007b) formulada pela Associação Nacional dos Fabricantes de Autopeças (Anfape), em face de três das principais montadoras que atuam no Brasil – Fiat Automóveis S.A., Ford Motor Company Brasil Ltda. e Volkswagen do Brasil

---

<sup>140</sup> “[...] a ABPI é uma entidade sem fins lucrativos voltada para o estudo da Propriedade Intelectual, notadamente o direito da propriedade industrial, o direito autoral, o direito da concorrência, a transferência de tecnologia e outros ramos afins. Fundada em 16 de agosto de 1963 (com o nome de Associação Brasileira para a Proteção da Propriedade Industrial), a ABPI congrega empresas, escritórios de advocacia e agentes de propriedade industrial do Brasil e do exterior.” (ABPI, s/d).

Indústria de Veículos Automotores Ltda – envolvendo a questão da proteção exclusiva dos desenhos das peças automotivas denominadas *must-match*<sup>141</sup> no mercado secundário. A entidade denunciou ao CADE a conduta das montadoras de utilizarem o registro de desenho industrial de suas peças com intuito de excluírem a concorrência dos produtos ofertados pelos fabricantes independentes de autopeças no mercado.

O desenho industrial é uma espécie do gênero propriedade industrial, distinta de patentes e marcas, com previsão no Título II da Lei nº 9.279/1996. Seu conceito encontra-se no art. 95 desse diploma legal<sup>142</sup>. Trata-se de uma espécie autônoma cuja destinação é exclusivamente a proteção de *design* aplicado a determinado produto, não sendo contemplada pelo registro qualquer funcionalidade do objeto, matéria essa abarcada pelo depósito de patentes. Portanto, é limitada à estética do objeto<sup>143</sup>.

O *design* e o desenho industrial exercem importante papel no mercado automobilístico, na medida em que buscam, respectivamente, gerar e proteger um diferencial competitivo almejado pelas montadoras, incrementando o desejo do consumidor por seus veículos<sup>144</sup>.

De acordo com a Anfape, nos últimos anos, tem se tornado cada vez mais frequente a obtenção de registro de desenho industrial em nome de algumas montadoras perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). De posse desse registro, as montadoras passam a controlar, em termos absolutos, a fabricação de peças *must-match*, restringindo, no mercado secundário, a atividade dos fabricantes independentes, que deixariam de fabricar essas peças. Em alguns casos, empresas associadas à Anfape figuraram em ações judiciais ou foram notificadas extrajudicialmente, com o escopo de impedir a oferta de autopeças no mercado por

---

<sup>141</sup> De acordo com Karin Grau-Kuntz (2007a, p. 47), “[...] peça *must-match* é chamada de tal forma porque deverá ser, necessariamente, igual àquela que será substituída. Em outras palavras, para que o bem primário volte a ter a mesma aparência original, o consumidor necessita de uma peça igual àquela que será substituída. Aqui uma premissa básica para se compreender a temática que envolve a questão das peças de reposição no mercado secundário”.

<sup>142</sup> “Art. 95. Considera-se desenho industrial a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.” (BRASIL, 1996).

<sup>143</sup> Denis Borges Barbosa (2013) estabelece uma diferença entre modelos industriais/patentes e direito autoral: “[...] se a criação é técnica, teremos uma hipótese de patente de invenção ou de modelo industrial. Se a criação é puramente estética, sem aplicação a produto industrial, poder-se-á ter a proteção pelo Direito Autoral; tendo-se uma obra de arte aplicada, com a qualificação de poder servir de tipo de fabricação industrial, estamos no domínio do desenho industrial”.

<sup>144</sup> “Dentro do atual panorama de valores atribuídos aos objetos de consumo, no topo da hierarquia dos objetos que simbolizam poder e status, situam-se por exemplo os automóveis, cujas linguagens de design neles aplicadas são constantemente mudadas, principalmente, para atender à avidez de sofisticação dos mercados a fim de sustentar os níveis de competitividade.” (CUNHA, 2003, p. 150 *apud* MELO, 2011, p. 60).

parte dos fabricantes independentes, não tendo sido produzido entendimento definitivo por parte do Judiciário acerca da questão (CADE, 2016j, p. 3)<sup>145</sup>.

Por outro lado, os argumentos de defesa das montadoras caminham em sentido diverso. De acordo com o Anexo à Nota Técnica nº 15:

Durante a Averiguação Preliminar, a Volkswagen alegou em sua defesa que não haveria risco de monopolização do *aftermarket*, nem mesmo exercício abusivo de posição dominante, tampouco exercício abusivo do direito de propriedade industrial, tendo em vista que a conduta da VW se pautaria na estrita observância aos critérios legais, argumentando que: (i) a representação da Anfape seria ineficaz por ausência de juntada dos seus documentos constitutivos; (ii) a VW, ao adotar medidas judiciais e extrajudiciais contra os FIAPs, estaria exercendo direito legítimo contra a usurpação fraudulenta do direito à utilização das peças; (iii) não restou demonstrada na representação os efeitos danosos à concorrência; (iv) a representação não preencheria os requisitos legais exigidos para a abertura de um Processo Administrativo (falta de fundamentação – explicitação do mercado relevante e dos danos à concorrência); e (v) as alegações iniciais que motivam a movimentação do aparato estatal seriam insubsistentes<sup>146</sup>. (CADE, 2016j, p. 20)

A Ford, em sua defesa de mérito, alegou que “não houve abuso dos direitos de propriedade industrial e que a Representada agiu em fiel cumprimento da lei, dentro dos limites constitucionais e socioeconômicos dos direitos de propriedade industrial que lhe foram validamente concedidos pelo INPI” (CADE, 2016j, p. 37).

Afirmou, ainda, que os direitos de propriedade industrial visam resguardar o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país, ao argumento de que o interesse social promovido pela propriedade intelectual é proporcionar o desenvolvimento tecnológico e a inovação e, dessa forma, promover melhores condições ao consumidor. Para atingir essa finalidade, o constituinte identificou a exclusividade concedida a seu titular como maior e principal ferramenta de fomento. (CADE, 2016j). Apresentou tabela da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), indicando que a Representada possuía

---

<sup>145</sup> Nesse sentido, o presidente da Anfape, Renato Ayres Fonseca, afirmou: “Em 2002, a Ford promoveu busca e apreensão de calotas em um importante varejo em São Paulo, chamado Coga e Coga, existente até hoje e fundado em 1968, simultaneamente em fábricas de calotas. O resultado foi que se parou a comercialização e fabricação desses produtos. Em 2006, a Volkswagen promoveu busca e apreensão de faróis no Mercado Car, outro importante varejo da Capital Paulista, fundado em 1971, paralisou-se a comercialização desses produtos. Em 2007, a Fiat notificou a Centauro Indústria de Latarias, fundada em 1970, a Orgus, Indústria de Faróis, fundada em 1979, a Cofran, Indústria de retrovisores e lanternas, fundada em 1970, a Dts, indústria de para-choques, fundada em 1970, entre outras indústrias e varejos, em Brasília, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, foi quando surgiu a ANFAPE, associação que eu represento, que eu presido, para poder organizar uma defesa e garantir os direitos dos fabricantes independentes de produzir e comercializar. Em 2008, a Ford promoveu busca e apreensão na Centauro, Dts, Universal, empresa fundada em 1977, entre outras, e Centerparts fundada em 1989. Atualmente, a discussão está no âmbito judicial. Em 2009, a Volkswagen acionou também criminalmente a Centauro e a Centerparts reivindicando uso exclusivo do seu design” (SÃO PAULO, 2013, p. 11).

<sup>146</sup> O Processo Administrativo ao qual se relaciona esta Nota Técnica é o nº 08012.002673/2007-51.

11,3% do mercado total de venda de veículos, valor abaixo da presunção de poder de mercado, estipulada em 20%<sup>147</sup>.

Já a Fiat argumentou que o SBDC não possuía competência para analisar possíveis nulidades dos registros de desenhos industriais. Alegou que as ações judiciais propostas decorreram do programa de combate à pirataria, adotado pela empresa a partir de 2004, com o fim de inibir contrafatores de peças registradas. A oponibilidade de uso por terceiros das peças registradas é assegurada pela LPI, que não faz distinção de proteção ao mercado primário ou secundário<sup>148</sup>. Apontou que o monopólio legal é pró-competitivo, na medida em que incentiva as empresas a desenvolverem novas tecnologias e ingressar no mercado. Ao final, pediu o arquivamento da Averiguação Preliminar, por não ter ficado comprovado qualquer abuso de poder de mercado pela Fiat, mas o exercício regular do direito, reconhecido pelo Poder Judiciário. (FERREIRA, 2012).

Em 2008, a Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça remeteu os autos de ofício ao CADE recomendando o arquivamento da denúncia. De acordo com Camelier da Silva:

A SDE, em última análise, fundamentou seu entendimento, para a recomendação do arquivamento da representação da ANFAPE, na teoria da impossibilidade, a qual admite que o mercado primário e o secundário formam um único fenômeno sistêmico, isto é, ambos os mercados devem ser analisados como um todo, embora sejam distintos. Por essa teoria, a concorrência no mercado primário (*foremarket*) afastaria a possibilidade de monopólio no mercado secundário (*aftermarket*). (SILVA, 2014, p. 66)<sup>149</sup>.

O Ministério Público Federal opinou contra o arquivamento, apontando a grande diferença observada no mercado de reposição entre peças com e sem proteção de registro de desenho industrial, entendendo ser abusiva a prática no *aftermarket* automotivo, na medida em que não gera eficiências no mercado.

---

<sup>147</sup> A Representada esclareceu ainda que o preço cobrado pelas autopeças decorre do constante aperfeiçoamento em P&D e em razão da obrigação legal em manter estocadas, pelo período mínimo de 10 anos, as cerca de 4.000 peças que compõem um veículo. “Ressalta a Ford, ainda, que as peças relacionadas ao aspecto estético do veículo necessitam de troca apenas em casos de acidentes, não influenciando a vida útil do automóvel” (FERREIRA, 2012, p. 55).

<sup>148</sup> “A Representada esclarece que, do universo de 3.000 (três mil) peças que compõem um automóvel, apenas 11 são registradas, quais sejam: calotas, faróis, grades de radiador, lanternas, para-choques dianteiros e traseiros, retrovisores externos, rodas de liga leve, capôs, para-lamas, portas laterais dianteiras e traseiras e tampas traseiras. A empresa fatura cerca de R\$ 540.000.000,00 (quinhentos e quarenta milhões de reais) com venda de peças de reposição, dos quais apenas R\$ 108.000.000,00 (cento e oito milhões de reais) corresponderiam ao lucro das onze peças registradas.” (FERREIRA, 2012, p. 56).

<sup>149</sup> Posição que não ficou imune a críticas, destacando-se entre elas a da autora Karin Grau-Kuntz, que afirmou ter o órgão cometido equívoco ao não analisar os efeitos de custo de troca e o efeito *lock in* no mercado de peças de reposição de automóveis. (GRAU-KUNTZ, 2009).

No CADE, o Conselheiro Relator do caso, Carlos Ragazzo, votou pela instauração de procedimento administrativo, no que foi acompanhado por unanimidade pelos demais membros, em julgamento realizado em dezembro de 2010. Com a decisão, a SDE ficou responsável pela instauração do processo administrativo para investigar mais a fundo a prática denunciada.

Entre os argumentos apresentados pelo Conselheiro Relator em seu voto, destaca-se o de que a concessão legal e legítima do registro de propriedade industrial, mesmo com a chancela do INPI e da Lei de Propriedade Industrial, não impede que o direito regularmente obtido pelo titular seja exercido de forma abusiva. A análise do INPI não passa por qualquer exame de abuso de poder econômico ou de efeitos econômico-concorrenciais que possam decorrer dos registros concedidos<sup>150</sup>. (CADE, 2016j, p. 62).

O Conselheiro refutou ainda outros argumentos apresentados pelas montadoras, conforme expõe a nota técnica:

- (i) **Recuperação de investimento:** No que tange à primeira justificativa, (recuperação de gastos em pesquisa e desenvolvimento), o ex-Conselheiro compreendeu que os gastos de P&D das montadoras em relação às autopeças em questão são recuperados já no momento da venda do automóvel, e que, portanto, todos ou boa parte dos lucros obtidos com a venda de peças no mercado secundário de reposição não guardam qualquer relação com a necessidade de reaver investimentos de pesquisa;
- (ii) **Incentivo à inovação:** Quanto aos incentivos à inovação, considerou Ragazzo haver razoáveis indícios de que as inovações de design das fabricantes são absoluta e prioritariamente voltadas às suas vendas de veículos, e não às vendas de peças separadas no mercado secundário de reposição. Os próprios argumentos das Representadas nestes autos a respeito da grande importância do design dos veículos demonstram que as montadoras pesquisam e investem em inovações de design para garantir sua competitividade no mercado principal de venda de automóveis, atraindo consumidores para comprarem seus veículos, e não para comprarem peças de reposição isoladas;
- (iii) **Garantia da segurança:** No que diz respeito às questões de segurança, esclarece o voto que (i) este não é o propósito de um desenho industrial; (ii) não há evidências de que os FIAPs produzam peças com menos segurança que as peças originais; e (iii) há um número incomensurável de peças que não são protegidas por registros de desenho industrial algum, não sendo possível, mesmo em teoria, que se resguardasse a “segurança” dos consumidores a partir do registro de desenho industrial de peças de poucas peças da lataria dos veículos.
- (iv) **Garantia de autenticidade da peça:** Relatou-se no voto que se um FIAP engana o consumidor a respeito da procedência do seu produto, estará praticando crimes tipificados na legislação penal, além de poder ser acionado pela própria montadora para que a mesma obtenha reparação cível. Todavia, considerou-se que a imposição do registro de desenho industrial das montadoras diante dos

---

<sup>150</sup> A análise dos eventuais efeitos abusivos dos direitos de propriedade industrial sobre a ordem econômico-concorrencial é do CADE, órgão legalmente responsável pela tutela da prevenção e repressão às infrações à ordem econômica, dotado de vantagens institucionais significativas, em relação ao INPI, para examinar esse tipo de controvérsia.

FIAPs a fim de impedir o falso uso de seu nome e imagem é inadequada e desnecessária, uma vez que esse objetivo (de impedir que o consumidor seja enganado a respeito da procedência da autopeça) pode e deve ser alcançado de outras formas, sob o manto de outras normas.

- (v) ***Cream skimming***: Afirmam as Representadas que são legalmente obrigadas a manter o abastecimento de peças de reposição aos consumidores usuários de seus veículos. Tal abastecimento deve ser garantido mesmo depois de o automóvel sair de linha, e em escala nacional. Alegam as Representadas que os FIAPs, ao contrário delas, não estão legalmente compelidos por essa obrigação, podendo fabricar apenas aquelas peças que sejam mais lucrativas e descontinuar a produção quando, por motivos de escala ou outros, a oferta de determinadas peças não mais se mostrar economicamente viável ou vantajosa. Tal possibilidade de *cream skimming*, segundo as Representadas, proporcionaria aos FIAPs custos de operação menores relativamente aos custos das montadoras, o que daria aos fabricantes independentes vantagens competitivas, em prejuízo das fabricantes originais, caso fosse permitida a atuação dos FIAPs no mercado. Todavia, Ragazzo considerou que não há qualquer dado demonstrando sequer que a manutenção de um estoque de peças de veículos descontinuados não seja lucrativa, ou que a paralisação da produção de autopeças fora de linha pelas montadoras não ocorra justamente no break-even (ou seja, quando os custos passam a igualar os lucros). (CADE, 2016j, p. 14-16)

As alegações feitas após o encerramento da fase instrutória, em 10 de maio de 2016, reiteraram, de maneira geral, os termos das defesas anteriormente apresentadas, com exceção das questões preliminares arguidas pela Fiat: (i) falta de justa causa para a instauração do processo; (ii) impossibilidade de controle constitucional por órgão do Poder Executivo; (iii) nulidade da oitiva das testemunhas arroladas pela Anfape; e (iv) violação ao direito de ampla defesa e contraditório em decorrência de uma diligência solicitada pela parte, não realizada pela Superintendência-Geral. A Volkswagen acrescentou que não se pode aferir abuso de direito de propriedade industrial pela regra da razão, porquanto sua conduta representa o exercício de direitos claramente previstos em lei. Ressalta-se, ademais, que a Fiat, no mérito, defendeu que a definição do mercado relevante proposta pelo Conselheiro Relator da averiguação preliminar destoava dos parâmetros até então reconhecidos.

A Superintendência-Geral do CADE, pelos fundamentos constantes da Nota Técnica nº 15/2016/CGAA1/SGA1/SG/CADE, decidiu pelo encaminhamento do processo administrativo ao Tribunal Administrativo de Defesa Econômica, opinando pela condenação das representadas Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda., Fiat Automóveis S/A. e Ford Motor Company Brasil Ltda., por entender que as condutas por elas perpetradas configuraram infração à ordem econômica, nos termos do artigo 20, incisos I, II e IV c/c o artigo 21, incisos IV, V, VI e XI, ambos da Lei nº 8.884/1994, correspondentes ao artigo 36, incisos I, II e IV e § 3º, incisos III, IV, V, VI e IX da Lei nº 12.529/2011. (CADE, 2016j).

Em relação aos argumentos, a Superintendência acolheu a definição do mercado relevante dada pelo Conselheiro Carlos Ragazzo para a análise do presente caso, no sentido de

que cada autopeça seria um mercado relevante distinto, em razão de não haver substituíbilidade pelo lado da demanda ou pelo lado da oferta entre as autopeças de reposição. Em relação à substituíbilidade do lado da oferta, a existência do desenho industrial seria um obstáculo que impediria a reprodução por outra empresa que não a montadora titular do registro do *design*, e, do lado da demanda, os consumidores não teriam os diferentes tipos de peças como substitutas entre si, pois as características da reposição *must-match* não permitem que determinada peça de uma montadora possa ser substituída pela mesma peça de outra. Por fim, concluiu:

[...] torna-se impossível ignorar os efeitos nefastos gerados pelo exercício abusivo dos desenhos industriais em face dos FIAPs, no mercado secundário de autopeças de reposição - aftermarket, caso o CADE compactue com a conduta das representadas. Como já demonstrado, haveria a eliminação completa de toda a cadeia produtiva dos fabricantes independentes de autopeças, que atuam no Brasil há anos, antes mesmo das montadoras iniciarem tal conduta abusiva. Além do considerado desemprego e todos os demais problemas advindos do desaparecimento de um mercado, a exclusão desses agentes do mercado desencadearia uma extrema ineficiência econômica e problemas extremos, sob o prisma antitruste e dos consumidores por ele protegidos, uma vez que a concorrência seria plenamente extirpada, tendo em vista que as montadoras tornar-se-iam monopolistas. Os efeitos deletérios aos consumidores seriam severos, verificando-se uma abrupta elevação em sua condição de hipossuficiência na relação consumerista, que passaria a ser obrigatoriamente exercida de forma única com as montadoras monopolistas. O resultado: redução abrupta da oferta, extirpação completa de opções de ofertantes e aumentos de preços. (CADE, 2016j, p. 154).

Paralelamente à análise realizada pelo CADE, outras medidas para discutir o mercado de reparação foram tomadas. Uma delas foi a instauração de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) no Estado de São Paulo, em 2013, com vistas a investigar a formação de cartéis e outras práticas anticoncorrenciais por parte das montadoras no mercado de reparação (ANFAPE, 2013). Um dos objetivos da CPI foi fornecer ao CADE instrumentos para impedir a cartelização do setor e assegurar a livre concorrência do mercado<sup>151</sup>. Importante destacar que a CPI teve importante papel na fundamentação realizada pela Superintendência-Geral quando da elaboração da nota técnica.<sup>152</sup>

<sup>151</sup> Durante seis meses, foram ouvidos representantes das próprias montadoras, do Ministério Público de São Paulo, de órgãos de defesa dos consumidores, como o Procon do Estado de São Paulo, e também de fabricantes, de revendedores de peças e de oficinas. “Além da constatação de práticas tais como a de preço abusivo, restou comprovado que montadoras de veículos” (ANFAPE, 2013) têm ajuizado ações visando impedir a fabricação e venda de peças por terceiros não autorizados, alegando ofensa a direitos de propriedade industrial, previstos na Lei nº 9.279/1996.

<sup>152</sup> Em parecer emitido em 17/07 2017, mas disponibilizado somente em 27/07/ 2017, o MPF opinou pela condenação de todas as Representadas por infração à ordem econômica, com fulcro no art. 20, incisos I, II e IV c/c o art. 21, IV e V, ambos da Lei nº 8.884/1994 (correspondentes ao art. 36, incisos I, II e IV e seu § 3º, incisos III e IV, todos da Lei nº 12.529/2011). Apontou que a medida adequada, necessária e proporcional para a garantia da concorrência no *aftermarket*, além da aplicação da multa, é permitir aos FIAPs que atuem neste mercado. (CADE, 2017a).



### 5.3 O caso dos *softwares* de diagnóstico automotivo

O caso em apreço decorre de denúncias realizadas pela Promotoria de Justiça de Estrela do Sul, do Ministério Público Federal de Minas Gerais (MPF/MG), que encaminhou à Secretaria de Direito Econômico (SDE) denúncia em face das montadoras Renault do Brasil S.A., Fiat Automóveis S.A., Mercedes Benz do Brasil, Honda Automóveis do Brasil Ltda., Peugeot Citroën do Brasil Automóveis S.A., Toyota do Brasil Ltda., General Motors do Brasil Ltda. e Volkswagen do Brasil.

A controvérsia versou sobre possíveis práticas abusivas por parte de montadoras, decorrentes de uma suposta restrição de acesso das oficinas independentes aos *softwares* de propriedade das montadoras e necessários para a manutenção de veículos que possuem um acompanhamento eletrônico de defeitos.

A proteção à propriedade intelectual de programa de computador é a mesma conferida às obras literárias pela lei que trata dos direitos autorais e conexos (Lei de Direito Autoral). Além dessa lei, há uma legislação específica que trata do assunto: a Lei nº 9.609/1998, conhecida como Lei do *Software*. (INPI, 2016).

Não se aplicam ao programa de computador as disposições relativas aos direitos morais, ressalvado, a qualquer tempo, o direito do autor de reivindicar a paternidade do programa de computador e de opor-se a alterações não autorizadas, quando elas implicarem deformação, mutilação ou outra modificação do programa de computador que prejudiquem sua honra ou sua reputação. De acordo com o INPI:

Para que fique assegurada a titularidade do programa de computador, contudo, é necessário que haja comprovação da autoria do mesmo, seja por meio de publicação, seja por meio de prova de criação do mesmo (sempre passível de um maior questionamento na esfera judicial). Desse modo, a critério do titular dos respectivos direitos, para assegurar a titularidade, os programas de computador poderão ser registrados no INPI, conferindo segurança jurídica aos negócios. (INPI, 2016).

Para elucidar a questão controvertida do caso em apreço, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) expediu notificação à Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) solicitando que se manifestasse. A Associação, por seu turno, informou que não teria condições de se manifestar sobre a denúncia, pois esta não envolveria sua participação. Afirmou ainda que a denúncia deveria ser tratada como assunto privado de cada montadora. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009a).

O DPDC posteriormente, em nota técnica, sugeriu o arquivamento do feito no âmbito de suas atribuições, alegando não restarem constatadas violações ao Código de Defesa do

Consumidor, ao argumento de que não ter ficado caracterizada a obrigação do consumidor em contratar os serviços da rede autorizada por causa dos *softwares*. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009a).

No âmbito do Departamento de Proteção e Defesa Econômica (DPDE)<sup>153</sup>, as averiguações foram instauradas para o aprofundamento das alegações do Ministério Público, com o envio de ofícios para as representadas e as empresas que compõem o mercado de *softwares* automotivos – Robert Bosch Ltda, Napro Eletrônica Industrial Ltda, Alfatest Indústria e Comércio de Produtos Eletrônico S/A e Tecnomotor Eletrônica do Brasil S/A.

A ProCADE opinou pela análise conjunta das averiguações, em razão da identidade de objeto e idêntico teor das representações, possibilitando a análise conjunta pelo plenário do Conselho, em razão da conexão processual.

As defesas das montadoras representadas foram apresentadas da seguinte forma. A GM alegou que:

[...] os *softwares* de diagnósticos de defeitos não seriam essenciais para a manutenção adequada dos veículos que fabrica, em razão de as oficinas não autorizadas terem acesso a equipamentos e programas independentes disponíveis no mercado. Aduz, por fim, que os *softwares* desenvolvidos pela General Motors seriam resguardados pela Lei n. 9.609/98, que dispõe sobre a proteção intelectual do programa de computador. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2009, p. 2).

Da mesma forma, a Mercedes (que passou a ter a denominação Daimler Chrysler do Brasil à época dos fatos), argumentou que existem no Brasil e no exterior empresas que fornecem tanto *hardware* quanto *software* para atendimento aos veículos produzidos por ela. Afirmou ainda que qualquer interessado pode adquirir esses equipamentos para prestar assistência técnica aos veículos, sendo que existem várias oficinas independentes no Brasil que oferecem manutenções com tais equipamentos. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009b).

A Toyota alegou que:

[...] as concessionárias Toyota do Brasil utilizam um dispositivo (*software*) denominada “Código de Falhas”, que auxilia o diagnóstico de falhas eletrônicas nos veículos. No entanto, afirma que tal ferramenta não é indispensável para o diagnóstico de problemas elétricos nos automóveis da marca e que qualquer oficina independente que disponha de um profissional versado em circuitos elétricos de veículos tem plena condições de identificar falhas eletrônicas sem a necessidade de usar tal dispositivo. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009f, p. 1).

A Peugeot Citroën argumentou que a manutenção dos veículos das marcas Peugeot e Citroën não depende exclusivamente do sistema (*software*) adotado pelas montadoras, uma vez

---

<sup>153</sup> O Departamento de Proteção e Defesa Econômica (DPDE) foi extinto junto com a Secretaria de Defesa Econômica (SDE).

que existem no mercado outros sistemas compatíveis com esses veículos e capazes de realizar diagnósticos e eventuais intervenções técnicas. Ademais:

[...] alega que tal *software* é passível de proteção no âmbito da proteção de propriedade intelectual, e seus proprietários não podem ser obrigados a franquear seu acesso a terceiros. Alega, também, que o fornecimento do *software* às oficinas não autorizadas é preocupante, pois pode trazer prejuízo aos consumidores, uma vez que o simples franqueamento do *software* não abriga as oficinas a terem pessoal treinado, *softwares* atualizados, investimentos em instalações apropriadas, ferramental específico e outras características necessárias para que a reparação dos veículos seja feita dentro dos padrões de qualidade e segurança. Por fim, que a Lei Ferrari (já abordada no capítulo anterior), não permite a relação da montadora com qualquer outra empresa que não seja de sua rede de distribuição e assistência técnica autorizada. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009e, p. 1-2).

No mesmo sentido, a Renault (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009a) e a Honda (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009d), apontaram em suas defesas que a concessão dos *softwares* não seria suficiente para a devida manutenção de seus veículos, uma vez que outros fatores devem ser considerados, entre eles o treinamento oferecido ao reparador. Atentaram para a questão da segurança dos consumidores, ao argumentarem que transferir tecnologia a quem não estaria capacitado (no caso, as oficinas independentes), acarretaria riscos para o consumidor. Por fim, advertiram que a restrição imposta pela Lei Ferrari inviabiliza qualquer tipo de relação que não seja com sua rede autorizada.

A Fiat, por sua vez, alegou desconhecer o termo “código fonte”, afirmando possuir estreita relação com os proprietários de oficinas mecânicas espalhadas pelo Brasil fornecendo-lhes acesso a todo e qualquer tipo de informação técnica sobre produtos da Fiat. Por fim, informou possuir parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) com o intuito de formar mão de obra técnica para a manutenção de veículos tanto para sua rede de concessionários, quanto para o setor independente. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009c).

Já as empresas oficiadas (Bosch, Alfatest, Napro e Tecnomotor) elencaram os produtos que comercializam – todos eles destinados ao acompanhamento eletrônico de automóveis –, principalmente analisadores de motores e *scanners*. Todas as empresas apresentam programas de treinamento para que o reparador independente faça a devida manutenção, seja por “vales-cursos” realizados em locais específicos, ou por treinamento de consultores nas próprias oficinas. Nenhuma delas afirmou que seus equipamentos têm acesso e atendem a 100% da frota nacional, sendo que somente a Bosch afirmou alcançar um índice de 90% da frota nacional, à época dos fatos.

A Tecnomotor afirmou que os serviços, manuais e *softwares* fornecidos pela empresa são baseados em informações geradas pelas montadoras. Entretanto, não são todas as

montadoras que disponibilizam as informações fora de sua rede autorizada, o que dificulta o desenvolvimento do produto. A Napro alegou desconhecer os produtos utilizados pelas montadoras/concessionárias, não podendo, por isso, realizar uma equiparação ou comparação técnica entre esses produtos e os de sua fabricação (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009g, p. 4).

Diante dos argumentos apresentados, a SDE procurou verificar se os fatos alegados pelas representadas poderiam causar quaisquer dos efeitos previstos no artigo 20 da Lei nº 8.884/1994, atual artigo 36 da Lei nº 12.529/2011. Para tanto, foi efetuada a definição de mercado relevante. Da análise, restou configurado que, após o término da garantia do veículo, estariam presentes dois mercados relevantes: o de manutenção de veículos e o de equipamentos de diagnósticos.

O mercado de manutenção de veículos teria como concorrentes as concessionárias e as oficinas independentes, de dimensão geográfica regional, como já destacado na seção 2.4 deste trabalho. Já o mercado de equipamentos de diagnóstico, de dimensão geográfica nacional, incluiria as quatro empresas oficiadas (Bosch, Napro, Tecnomotor e Alfatest) e as montadoras, que fabricam os equipamentos utilizados pelas redes concessionárias.

Ao analisar a substituíbilidade dos produtos ofertados no mercado, a SDE considerou que há empresas que fabricam *softwares* compatíveis com os veículos produzidos e podem substituir quase todas as funções dos equipamentos das concessionárias. Destacou que não são todos os serviços que demandam o uso dos *softwares* e que “um bom mecânico é capaz de obter os mesmos resultados realizando outros tipos de procedimentos” (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009a, p. 9). Ainda afirmou que a existência de produtos substitutos aos *softwares* das montadoras e concessionárias para a maioria das funções não lhes dá *status* de recurso essencial, ressaltando a inexistência de entraves para o acesso das oficinas independentes a esses equipamentos substitutos e ao treinamento.

Os argumentos da SDE foram seguidos pelo Ministério Público Federal e pela Procuradoria do CADE. O relatório e o voto do Conselheiro Fernando Magalhães Furlan indicaram que a instrução processual concluiu pela impossibilidade de caracterização das condutas praticadas pelas montadoras e, ainda que existente o direito de propriedade intelectual dos *softwares*, haveria equipamentos substitutos com funções semelhantes àqueles utilizados pelas montadoras. Diante disso, a decisão foi pelo arquivamento do feito, acolhido de forma unânime pelo Plenário do Conselho em dezembro de 2009.

#### 5.4 A experiência internacional no *aftermarket* automotivo

A experiência internacional envolvendo eventuais abusos de direito de propriedade intelectual no mercado secundário automotivo é rica e fundamental para analisar as condutas de agentes que atuam no âmbito internacional, no caso as montadoras e as empresas sistemistas. As condutas debatidas pela autoridade antitruste pátria já foram objeto de escrutínio por parte de outras autoridades. Por conseguinte, a análise da experiência internacional mostra-se importante na medida em que pode trazer contribuições para a discussão dos efeitos observados no Brasil.

No mercado europeu, as discussões acerca dos efeitos anticompetitivos oriundos dos direitos de propriedade intelectual no *aftermarket* automotivo são antigas. O debate sobre a proteção dos desenhos industriais no mercado de reposição europeu se faz presente desde a alteração do prazo de duração das patentes de autopeças, que passou de quatro para quinze anos, na década de 1970 (ANFAPE..., 2007), quando diversas montadoras passaram a registrar desenhos industriais de partes isoladas de seus veículos, suprimindo a atuação de fabricantes independentes no mercado secundário<sup>154</sup>.

No bojo das discussões dos rumos a serem tomados no mercado de reposição europeu, foram criadas duas entidades de representação no setor. A primeira delas é a European Campaign for the Freedom of the Automotive Parts and Repair Market (ECAR), fundada em 1993, uma aliança de dez organizações independentes<sup>155</sup> da União Europeia, representando diversos membros da cadeia de reparação independente, cujo principal objetivo é proteger e promover a livre concorrência no *aftermarket* europeu. A segunda representante é a Fédération Internationale des Grossistes, Importateurs & Exportateurs en Fournitures Automobiles / International Federation of Automotive Distributors (FIGIEFA), federação internacional com sede em Bruxelas, fundada em 1956 e que congrega 26 associações nacionais de comércio de

---

<sup>154</sup> Na Itália, a Fiat pleiteou, há mais de 20 anos, junto ao Tribunal de Bologna, a apreensão do molde para produzir o para-lama anterior do veículo Fiat Uno, bem como toda a produção da referida peça existente no depósito da empresa RHIBA. Diante de casos semelhantes no país, em 1990, uma associação italiana de produtores independentes, denominada CICRA, iniciou uma contraofensiva às manobras judiciais das montadoras Fiat, Ford e Renault junto aos tribunais italianos, com o escopo de anular uma grande quantidade de registros de desenho industrial e, conseqüentemente, impedir o fechamento de diversas fábricas no país. (ANFAPE..., 2007).

<sup>155</sup> A ECAR reúne associações e empresas europeias renomadas no mercado de reposição, sendo elas: AIRC (Association Internationale des Réparateurs en Carrosserie), CEA (Comité Européen des Assurances), EAPA (European Automotive Panel Association), FIA (The Eurocouncil of the Fédération Internationale de l'Automotive), FIEA (Fédération Internationale des Experts em Automobile), FIGIEFA (European Federation of Independent Distributors of Automotive Spare Parts), Glass of Europe (Europe's manufactures of building, automotive & transport glass), InterAutoGlass (International Automotive Glass Federation), UEAPME (Union Européenne de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises), UEMV (European Glaziers Association) e AGE (Automotive Glazing Europe).

23 países de todo o mundo, representando varejistas e atacadistas de peças de reposição automotiva (UNIÃO EUROPEIA, 2014). A principal função da entidade é monitorar e acompanhar processos legislativos do setor na Europa, a fim de manter uma concorrência efetiva no mercado de reposição.

Acerca do avanço normativo no continente, a propriedade industrial na Europa encontra-se protegida pela Diretiva 98/71/EC, adotada em 13 de outubro de 1998, com o objetivo de proteger o desenho industrial, aplicando-se a qualquer setor que envolva a substituição e o reparo de componentes. De acordo com a disposição normativa supracitada, a proteção poderia ser concedida tanto à criação de um produto inteiro, como a de parte componente desse produto complexo (ANFAPE, 2007b).

A questão combatida por entidades civis que representam fabricantes independentes na Europa diz respeito à adoção da chamada “cláusula de reparação”<sup>156</sup> – que já existe em alguns Estados-Membros<sup>157</sup>. A ideia da cláusula seria evitar o estabelecimento de monopólio no mercado de peças sobressalentes, considerando que a proteção conferida às peças *must-match* no mercado secundário geraria a exclusão de qualquer possibilidade de concorrência.

A respeito da questão relativa aos *softwares* de diagnóstico, Camelier da Silva destaca que a discussão já existente em razão das peças sobressalentes se acentuou à medida que as montadoras passaram a negar informações sobre os códigos eletrônicos indispensáveis para a manutenção dos veículos por elas fabricados, criando barreiras ou até mesmo eliminando a concorrência na prestação de serviços por oficinas mecânicas independentes. De acordo com o autor:

No que diz respeito à legislação, cumpre destacar que, em junho de 2011, a Comissão Europeia aprovou nova lei que regulamenta o acesso da indústria do *aftermarket* a informações sobre dados de identificação de peças eletrônicas. Trata-se do Regulamento n. (EU) 566/2011<sup>158</sup>, que entrou em vigor um mês após, ou seja, em julho de 2011, com o intuito de possibilitar o acesso a informações codificadas das peças de reposição dos veículos automotores para os reparadores independentes. (SILVA, 2014, p. 284).

<sup>156</sup> Conforme atesta Grau-Kuntz, a cláusula previa que “[...] os direitos exclusivos sobre desenhos protegidos não podiam ser exercidos contra terceiros que, passados três anos após a primeira colocação no mercado de um produto “complexo” em que um determinado desenho ou modelo tivesse sido incorporado, copiassem esse desenho, desde que o desenho ou modelo em questão “dependesse” da “aparência” do produto complexo de modo a restituir-lhe a sua aparência original” (GRAU-KUNTZ, 2007b, p. 44).

<sup>157</sup> Camelier da Silva destaca que atualmente os Estados-Membros com uma cláusula de reparação e de concorrência são os seguintes: Bélgica, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Holanda, Espanha e Reino Unido. Por outro lado, na Alemanha, Áustria, Dinamarca, Finlândia, França, Portugal e Suécia a legislação protege rigidamente o desenho industrial, sem cláusula de reparação. Aponta ainda que a Grécia mantém cláusula de reparação, após 5 anos da concessão do registro de *design*. (SILVA, 2014, p. 256, n. r. 407).

<sup>158</sup> Ver: União Europeia (2011).

Em estudo realizado pela autoridade antitruste francesa – Autorité de la Concurrence, restou demonstrado que, embora existam alguns tipos de informações técnicas e canais disponíveis para as oficinas de reparação independentes, estas raramente utilizam as informações disponibilizadas pelas montadoras. Elas tendem a preferir informações compiladas por intermediários especializados, mesmo que estes também encontrem uma série de obstáculos ao tentar acessar a informação técnica dos fabricantes de veículos.<sup>159</sup>

A autoridade antitruste francesa destaca ainda que existem tipos distintos de informações técnicas – aquelas que não dizem respeito ao diagnóstico (*les informations hors diagnostic*) e aquelas que são destinadas à análise dos sistemas eletrônicos do veículo (*les informations techniques spécifiques au diagnostic*). Enquanto as primeiras dizem respeito às características do modelo, mais especificamente aos tipos de peças, diagramas de fiação e manuais de serviços recorrentes; as informações de diagnóstico são aquelas que revelam a interação com os sistemas eletrônicos dos veículos, interpretando códigos de falhas e demais funções internas ‘vitais’ dos sistemas do automóvel. Destaca-se a imprescindibilidade de uma ferramenta de diagnóstico para o acesso a este tipo de informação, enquanto que as ‘não diagnósticas’ são obtidas diretamente das montadoras. O artigo 6-1 do Regulamento 7155/2007 prevê que os fabricantes de veículos devem fornecer acesso irrestrito a operadores independentes através do *site* conhecido como "website Euro5"<sup>160</sup>. (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012, p. 134-135).

---

<sup>159</sup> No original: “323. Il existe différents types d’informations techniques et différents vecteurs d’accès à ces informations pour les réparateurs (1). Pour un certain nombre de raisons, les réparateurs indépendants utilisent de manière très marginale les informations monomarques mises à disposition directement par les constructeurs (2). Ils leur préfèrent généralement des informations multimarques, assemblées par des intermédiaires spécialisés, lesquels se heurtent cependant à plusieurs obstacles pour accéder à l’information technique des constructeurs (3). De plus, les informations techniques mises à disposition par les constructeurs ne permettent pas aux opérateurs indépendants – notamment aux équipementiers et aux distributeurs indépendants – d’élaborer un catalogue de pièces IAM aisément identifiables à partir du numéro VIN des véhicules (4).” (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012, p. 134).

<sup>160</sup> No entanto, esses *sites* são usados muito raramente. As redes de reparadores independentes declararam que isso se deve ao fato de que os sites das montadoras não estão padronizados; Para a probabilidade de faltar certas informações, mesmo que seja obrigatória nos termos do Regulamento (tais como avisos de *recall*, informações de códigos de falha, listas de peças traduzidas e informações em francês); E ao custo de acesso a esses sites, que vários representantes de reparadores independentes declararam é muito alto (a título de exemplo, a assinatura mínima média para uma conexão de uma hora para o site Euro5 de um fabricante de veículos foi de € [5-10] Em 2010, e a assinatura mensal foi de € [250-350] (média dos preços de 2010 cobrados por seis fabricantes de veículos), enquanto a taxa de assinatura mensal cobrada por um editor de informações técnicas multi-make é de aproximadamente € [50-70]. Se um reparador independente desejasse se inscrever nos sites das sete marcas de veículos representando 80% do mercado, o custo anual da assinatura correspondente seria de € [15.000-20.000], enquanto que uma assinatura anual de editor de várias marcas seria de € [600- 840]. No entanto, deve notar-se que estes preços não estão longe dos compromissos assumidos pela Comissão Europeia pela Daimler Chrysler, Fiat, Opel e Toyota. Os fabricantes de veículos declararam que oficinas de reparação independentes e as reparações autorizadas são cobradas os mesmos preços, e a Autorité não viu nenhuma evidência para refutar isso. (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012, p. 137-138).

Apesar da regulamentação do tema, o estudo realizado pela autoridade antitruste francesa demonstra que a questão ainda não está resolvida, muito em função do acesso limitado conferido às empresas que trabalham na criação de ferramentas de diagnósticos – o que leva seus clientes, as oficinas de reparação independentes, a enfrentarem dificuldades para obter a mesma qualidade de informações das redes autorizadas.

Entre as questões suscitadas, destacam-se as seguintes: atraso no repasse de informações<sup>161</sup>, índice de cobertura que não atende a todos os sistemas do veículo, identificação de peças de reposição e maiores custos de informação.<sup>162</sup>

O estudo aponta que as ferramentas de diagnóstico multimarcas – ou seja, aquelas disponibilizados por empresas independentes, e que atendem a diversas marcas de automóveis – possuem uma taxa de cobertura de aproximadamente 80%. Os problemas referem-se essencialmente à compatibilidade com certos veículos e nem sempre podem ser usadas para redefinir todos os veículos em circulação em França. Outros problemas dizem respeito à codificação remota e reprogramação de computadores (computadores de bordo precisam ser reprogramados ou codificados remotamente se o computador ou outras peças forem alteradas ou se o aplicativo de *software* for atualizado). Um reparador independente geralmente não consegue completar o trabalho porque não possui equipamentos para realizar isto: interpretação do código de falha, ligação de dados de manutenção ou reparo com dados protegidos (em alguns casos, os dados necessários para o trabalho são combinados com dados protegidos, geralmente relacionados à segurança). (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012).

O estudo francês aponta para a necessidade da introdução de um sistema de monitoramento eficaz no continente europeu para o acompanhamento da aplicação dos regulamentos técnicos pelas autoridades, combinado com um sistema dissuasivo de sanções

---

<sup>161</sup> “369. A pesquisa revela que os agentes independentes devem aguardar entre seis meses e dois anos para a disponibilização das informações. O atraso variará dependendo da informação e do modelo do veículo. No entanto, as redes autorizadas possuem ferramentas que podem ser usadas com novos veículos assim que entrarem no mercado. O atraso é maior para mais informações técnicas e / ou modelos impopulares. Isso ocorre porque os editores de informações técnicas e os fabricantes de ferramentas de diagnóstico multi-marcas têm uma capacidade de processamento limitada e, portanto, priorizam os produtos que permitirão que as oficinas de reparação independentes realizem o maior número de trabalhos de reparação ou manutenção nos veículos mais comuns em seu território” (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012, p. 151, tradução nossa).

<sup>162</sup> No original: “368. En raison notamment des limites d'accès aux informations techniques par les intermédiaires spécialisés, les réparateurs indépendants déclarent se heurter à plusieurs difficultés pour disposer de la même qualité d'informations que les réparateurs agréés : délais de mise à disposition des informations (1), taux de couverture limité des informations (2), – dont les effets conjugués limitent la capacité des réparateurs indépendants à concurrencer les réseaux agréés (3) – et difficultés à identifier les références des pièces de rechange (4). En outre, les freins à la mise à disposition des informations techniques par les constructeurs sont susceptibles d'élever les barrières à l'entrée sur le marché de la fourniture d'informations techniques multimarques et d'augmenter le coût des informations techniques pour les réparateurs indépendants (5).” (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012, p. 151).



para facilitar que os intermediários especializados tenham acesso direto a essas informações a partir de fabricantes de veículos. Isso porque, independentemente de qualquer impacto na concorrência, o melhor fornecimento de informações técnicas a oficinas de reparação independentes e, em particular, a intermediários especializados, incluindo, em particular, fabricantes de ferramentas de diagnóstico e editores de catálogos de peças, reduziria os custos de produção de ferramentas multimarca e, por conseguinte, o custo da reparação de veículos. (RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2012).

Nos Estados Unidos, a proteção de peças sobressalentes se dá por meio de patentes – que alcançam o prazo de quatorze anos para produtos que sejam novos, originais e ornamentais, não fazendo distinção entre produtos complexos e suas respectivas partes sobressalentes.

Em artigo publicado por Norman Hawker, é descrita a situação do mercado estadunidense. O autor destaca que a crise econômica de 2008<sup>163</sup> fez com que o consumidor norte-americano adiasse a troca de seu automóvel, passando a movimentar ainda mais o mercado de peças de reposição e o próprio mercado de reparação. Todavia, o setor independente nesse país se mostra mais maduro, tendo em vista que organizações civis demonstram os benefícios dos fabricantes independentes de autopeças naquele mercado. (HAWKER, 2010).

Cumprido destacar ainda a criação da Certified Automotive Parts Association (CAPA), organização sem fins lucrativos que, em 1987, auxiliou no desenvolvimento e supervisão de programas de testes que visam garantir a adequação e a qualidade de peças automotivas. Os serviços prestados por essa associação “ajudaram a consolidar a reputação dos FIAPs como ofertantes de peças que combinam durabilidade e modicidade de preços” (ARAÚJO JR., 2006, p. 6).<sup>164</sup>

Diante dos resultados atestados pela CAPA, os fabricantes independentes ganharam um importante aliado – as empresas seguradoras –, que, diante das queixas em relação ao alto preço pago pelas peças das montadoras, passaram a utilizar mais as peças de origem independente quando da reparação dos veículos segurados. Os consumidores também se sentiram favorecidos, frente à possibilidade de pagamentos de prêmios de seguro mais módicos<sup>165</sup>.

---

<sup>163</sup> Dado interessante sobre a crise nos EUA pode ser obtido da seguinte reportagem: “Nos últimos 5 ou 6 anos após a crise, a idade média (dos carros) subiu cinco vezes mais do que o ritmo tradicional, o que nós atribuímos à queda de quase 40% nas vendas de veículos novos entre 2008 e 2009”, observou Seng” (IDADE..., 2015).

<sup>164</sup> Com investimentos em certificação de qualidade, estudos no setor automotivo mostraram que “os bens oferecidos pelos FIAPs são, em geral, mais confiáveis do que as autopeças originais. Em julho de 2002, a CAPA testou a qualidade de 1.907 autopeças originais disponíveis no mercado americano, e descobriu que a metade delas não atendia às especificações da entidade. Por outro lado, um estudo realizado pela Alliance of American Insurers em 1999 revelou que o preço médio das autopeças originais era cerca de 60% mais elevado do que as congêneres produzidas pelos FIAPs” (ARAÚJO JR., 2006).

<sup>165</sup> “Em 2002, segundo o National Safety Council, foram registrados mais de 18 milhões de acidentes automobilísticos nos Estados Unidos, que geraram danos da ordem de US\$ 243 bilhões, dos quais cerca de US\$

Diante desse cenário, que se desenhou a partir da década de 1990, as montadoras passaram a se valer mais dos registros de desenho industrial de peças sobressalentes, o que, na visão dos representantes do setor independente, não foi feito para a proteção importante e legítima da concepção global de seus veículos, mas para evitar concorrência, quando se trata de os consumidores obterem peças para a reparação dos veículos. Por conseguinte, conforme apontado por Camelier da Silva, esse movimento motivou a reação por parte das empresas independentes, pois constataram a diminuição de sua participação no mercado à medida que a proteção das peças sobressalentes crescia (SILVA, 2014, p. 274)<sup>166</sup>. Além disso, soluções para a resolução da questão foram buscadas por entidades de defesa do consumidor e por parlamentares.

Entre elas, Camelier da Silva destaca a iniciativa da congressista Zoe Lofgren (H.R. 3059, de 2009 – Access to Repair Parts Act), que objetivou emendar a lei de patentes norte-americana para inserir uma cláusula restrita apenas à reparação e substituição de peças que visam restaurar a aparência original de um produto complexo.<sup>167</sup> Os objetivos em comento são extraídos do texto do referido projeto de lei, o qual dispõe:

No que diz respeito a uma patente de design que reivindica uma parte componente de um veículo a motor, originalmente fabricado:

(A) não deve ser um ato de violação de tal projeto de patente para fazer ou oferecer a venda dentro dos Estados Unidos, ou importar para os Estados Unidos, qualquer artigo de fabricação que é semelhante ou o mesmo na aparência ao componente que é reivindicado em tal patente de design, se o propósito de tal artigo de fabricação é para a reparação de um veículo a motor, de modo a restaurar esse veículo à sua aparência, como originalmente fabricado; e

(B) após o decurso de um período de 30 meses, a partir do primeiro dia em que tal componente é oferecida pela primeira vez ao público para venda, como parte de um veículo a motor, em qualquer país, não deve ser um ato de violação de tal patente de design para usar ou vender nos Estados Unidos qualquer artigo de fabricação que é semelhante ou o mesmo na aparência ao componente que é reivindicada nessa patente

---

112 bilhões foram cobertos pelas seguradoras. A fim de reduzir o montante das indenizações e os prêmios dos seguros, várias empresas atualmente só autorizam a reparação dos veículos acidentados em oficinas que usam autopeças fabricadas por FIAPs. Este procedimento deu origem a inúmeras ações judiciais por parte de segurados descontentes, que prefeririam usar autopeças originais. Contudo, em cerca de 20 estados onde aquelas ações já foram encerradas, os juízes decidiram que a conduta das seguradoras beneficia o consumidor porque, além de reduzir os custos de reparação, não afeta o valor do veículo.” (ARAÚJO JR., 2006, p. 7).

<sup>166</sup> Em 2004, a Ford abriu um processo na International Trade Commission (ITC) alegando violação de patentes de *design* em peças para a Pick-up F-150. Embora certo número de patentes apresentadas pela montadora tenha sido simplesmente descartado como inválido, sete registros foram considerados válidos pelo ITC. Como resultado, os proprietários da F-150 não tiveram escolha a não ser recorrer à própria fabricante Ford, quando se trata de substituir um farol ou qualquer uma das outras seis partes. (QUALITY PARTS COALITION, 2013).

<sup>167</sup> Em abril de 2017, um novo projeto de lei com o mesmo teor foi introduzido nas duas casas legislativas federais. O denominado Parts Act (HR 1879 e S. 812) busca estabelecer um equilíbrio entre proteger a propriedade intelectual e preservar a concorrência no mercado de peças de reparação automotiva. Legislação similar foi introduzida no 114º Congresso. A lei reduziria o período durante o qual as empresas de automóveis podem impor direitos de propriedade intelectual em peças *must match*. (QUALITY PARTS COALITION, 2017).

de design, se o propósito de tal artigo de fabricação é para a reparação de um veículo a motor, de modo a restaurar tal veículo à sua aparência, como originalmente fabricado. (UNITED STATES OF AMERICA, 2013, p. 2-3, tradução nossa)<sup>168</sup>.

O projeto de lei em tela se assemelha à proposta aprovada pelo Parlamento Europeu e mencionada anteriormente – a cláusula de reparação, que dispõe que não haverá extensão da proteção de desenhos industriais às peças de reposição *must-match*, sob pena de eliminar a concorrência no mercado secundário.

A segunda disposição desse projeto diz respeito à alteração da lei de patentes de *design* dos EUA para reduzir o período de exclusividade das montadoras de usar as patentes de *design* para peças de reparação de quatorze anos para trinta meses (ou dois anos e meio), durante os quais outros fornecedores poderiam testar a pesquisa e desenvolver as peças. A disposição em epígrafe parece se referir tão somente ao prazo de decaimento do *design*, visto que o escopo dessa segunda disposição se confunde com o da primeira. O projeto contou com o apoio de importantes associações estadunidenses, como a Autocare Association<sup>169</sup> e a Quality Parts Coalition, mas John Huetter afirma que, mesmo após diversas iterações, não houve aprovação, o que ocasionou sua reintrodução por equipe bipartidária do Congresso (HUETTER, 2015).

Com relação aos *softwares* de diagnóstico, a discussão nos Estados Unidos também se apresenta bastante adiantada e com pontos de vista interessantes, como o de que a proteção aos *softwares* dos automóveis faz com que os consumidores não possuam de fato seus automóveis, mas, sim, apenas uma licença do fabricante para a vida útil. A justificativa para a assertiva estaria no fato de que nos últimos anos houve crescimento exponencial em registros de proteção de propriedade intelectual dentro do setor automotivo, em grande parte relacionados com telemática, sistemas de navegação e outras funções que são fortemente dependentes de *software*. (WIENS, 2015).

---

<sup>168</sup> No original: “With respect to a design patent that claims a component part of a motor vehicle as originally manufactured:

(A) it shall not be an act of infringement of such design patent to make or offer to sell within the United States, or import into the United States, any article of manufacture that is similar or the same in appearance to the component part that is claimed in such design patent if the purpose of such article of manufacture is for the repair of a motor vehicle so as to restore such vehicle to its appearance as originally manufactured; and

(B) after the expiration of a period of 30 months beginning on the first day on which any such component part is first offered to the public for sale as part of a motor vehicle in any country, it shall not be an act of infringement of such design patent to use or sell within the United States any article of manufacture that is similar or the same in appearance to the component part that is claimed in such design patent if the purpose of such article of manufacture is for the repair of a motor vehicle so as to restore such vehicle to its appearance as originally manufactured”.

<sup>169</sup> Atualmente denominada Autocare Association, a Aftermarket Industry Association foi fundada em julho de 1999 em Bethesda, Maryland (EUA). (AUTOCARE ASSOCIATION, 2014).

Empresas de tecnologia apontaram que montadoras estariam utilizando da legislação de direitos autorais<sup>170</sup> para processar empresas de diagnóstico independentes que possuem acesso a especificações de peças ou códigos de diagnóstico que são recolhidos pelo *software* automóvel. Alegam que impedir que os proprietários de veículos burlem criptografias em *softwares* também subverte uma longa tradição que permite a eles mexerem em seus carros. (BRACHMANN, 2015).

A Library of Congress, que supervisiona o US Copyright Office, concordou com o argumento de que os proprietários de veículos têm o direito de modificar seus carros, o que muitas vezes envolve a alteração do *software*. As montadoras, incluindo a General Motors e outros fabricantes de veículos, como a Deere & Co, se opuseram às regras, alegando que os proprietários de veículos poderiam visitar oficinas de reparo autorizadas para as mudanças que necessitassem realizar.

## 5.5 Comentários aos casos brasileiros

Vista a experiência internacional, passa-se a comentar os dois casos submetidos ao CADE que dizem respeito a espécies semelhantes de condutas exclusionárias entre concorrentes. Nos comentários, serão apresentados dados da experiência acima listada, de modo a apontar eventuais contribuições.

### 5.5.1. Caso Anfape

Possivelmente, a Secretaria de Direito Econômico cometeu equívocos na análise da averiguação preliminar correspondente ao caso Anfape, como o de ignorar o chamado efeito *lock-in*<sup>171</sup> no mercado secundário de peças de reposição – ponto devidamente indicado no voto do Conselheiro Carlos Ragazzo –, ao se ater à questão da substituíbilidade dos bens protegidos pelos direitos de propriedade intelectual, também denominados direito de exclusiva.

Na esteira do que afirma Camelier da Silva, “o desenho industrial é fator de suma relevância para a escolha do consumidor, na medida em que, quanto mais atraente for o bem,

<sup>170</sup> O Digital Millennium Copyright Act (DMCA) é uma lei de direitos autorais dos Estados Unidos que implementa dois tratados de 1996 da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

<sup>171</sup> Isso se dá quando a aquisição do produto novo exige investimentos tão altos que o proprietário é impelido à manutenção corretiva. O proprietário de um veículo que não encontra alternativas de substituíbilidade da peça a ser reparada, estará sujeito às consequências de um monopólio, uma vez que as montadoras passam a deter o controle exclusivo do mercado de reposição, em razão dos direitos sobre a propriedade industrial dos itens de manutenção.

maior será a possibilidade de escolha do consumidor” (SILVA, 2014, p. 267). No setor automobilístico, o diferencial competitivo do *design* é ainda mais evidente, uma vez que o consumidor possui informações técnicas imperfeitas a respeito do veículo a ser adquirido, decidindo-se, muitas vezes, em razão da estética do automóvel.

Como apontado por Eros Roberto Grau, em parecer à própria Anfape sobre o caso em tela:

[...] para que o bem primário – o veículo – volte a ter a mesma aparência original que, entre outros fatores, motivou o consumidor a preferi-lo frente a outros modelos oferecidos pelos concorrentes, o design da peça automotiva de reposição há de ter a mesma aparência da peça original.

Assim, devendo a peça de reposição ser necessariamente idêntica à de fabricação original, pena de resultar impossível a restituição ao produto primário – o automóvel – de sua aparência original ou de sua identidade, o design de uma peça automotiva original resulta absolutamente irrelevante no momento da reposição de peças do veículo (mercado secundário) pelo seu proprietário. Ele é, como diz a expressão usada para denomina-las, um *must-match*. [...] (GRAU, 2016, p. 19-20).

Diante dessa constatação, pode-se questionar a existência de fomento à inovação que sustenta a proteção do desenho industrial no mercado secundário. A resposta parece ser negativa. Enquanto no mercado primário as empresas se esforçam para atrair a preferência do consumidor, com *design* e aerodinâmica melhores, entre outros atrativos, observa-se que a instrumentalidade concorrencial da propriedade intelectual é de suma importância, uma vez que cada montadora visa inovar, gerando o que Grau-Kuntz (2009) denomina de “concorrência de superação inovadora”. Nesse mercado, o desenho industrial exerce papel de grande relevância, na medida em que protege um diferencial competitivo da montadora, que pode ser decisivo na escolha do consumidor – que possui alternativas de substituíbilidade, escolhendo o modelo que melhor atenda às suas expectativas.

Por outro lado, no mercado secundário a situação é outra. Como as fabricantes independentes trabalham com o processo de engenharia reversa, não há como se falar em concorrência de superação inovadora. Não há alternativas de substituíbilidade entre diferentes peças de reposição e entre diferentes montadoras e marcas – justamente em função do efeito *lock-in*, que deixa o consumidor literalmente “preso” ao modelo adquirido no mercado primário. Consequentemente, não existe uma corrida por inovação nesse mercado, uma vez que o que se busca é a restauração da aparência original do veículo.

Com efeito, quando não há substituíbilidade do bem, estar-se-á diante de um monopólio, logo, suscetível de abuso. Portanto, observa-se que cada tipo de peça de reposição de cada modelo de veículo constitui, em regra, um mercado relevante distinto dentro do mercado de

fabricação de peças de reposição. É na aquisição de cada uma dessas peças que o consumidor sente os potenciais e as efetivas implicações da conduta denunciada pela Anfape.

A partir da leitura dos casos, resta patente que os fabricantes independentes – FIAPs – são importantes agentes atuantes no mercado automobilístico mundial. Nesse sentido, o Regulamento Europeu nº 461/2010, prevê especificamente que as montadoras não podem proibir os fabricantes de componentes de vender suas peças a distribuidores ou reparadores autorizados e ou independentes. Nesse sentido dispõe o segundo parágrafo do artigo 5º do regulamento que constitui restrição à concorrência qualquer estipulação:

b) [...] entre um fornecedor de peças sobressalentes, ferramentas de reparação ou equipamento de diagnóstico ou outros e uma montadora, que limite a possibilidade de o fornecedor vender estes bens ou serviços a distribuidores autorizados ou independentes, a oficinas de reparação autorizadas ou independentes ou a utilizadores finais. (UNIÃO EUROPEIA, 2010b, p. 56).

Dos estudos realizados, observa-se que, nos mercados secundários, nos quais as peças são protegidas por registros de desenho industrial, a competitividade costuma ser reduzida. Isso se deve ao fato de que, o consumidor que necessita reparar seu veículo possui somente duas opções: adquirir a peça de reparação da concessionária ou do mercado clandestino. A opção de recorrer à cadeira independente não cabe quando há proteção de registro.

A extinção forçada dos FIAPs do mercado de reposição poderá acarretar as seguintes consequências:

[...] a estagnação imediata e eliminação a longo prazo das fábricas e de todo o mercado; desemprego em toda a cadeia independente; aumento do custo de reparação a níveis extremos; o agravamento da falta de peças, aumentando os transtornos com a demora da reparação; aumento do roubo e furto de veículos, e conseqüentemente aumento da violência; aumento dos custos de seguro; controle da vida útil do veículo por parte das montadoras; escravização do consumidor; aumento dos custos dos fretes e perda de poupança das famílias. (SÃO PAULO, 2013, p. 11).

Também em relação às consequências, Eros Grau questiona eventual desvio de função social e uso abusivo dos direitos de propriedade intelectual. Estes aconteceriam pela forma de utilização dos registros de desenhos industriais no mercado de reposição por seus detentores. (GRAU, 2016).

De acordo com Newton Silveira (2010), o exercício abusivo do direito obtido com o registro de desenho industrial das peças de reposição *must-match* no mercado secundário reflete um caso de desvio de função dos direitos decorrentes da propriedade industrial. Conforme o autor, o desvio de função observado no mercado de reposição automotiva reside na suposta despreocupação por parte dos detentores dos registros de desenho em não procederem à proteção de toda a concepção do veículo, do *design* completo do bem, mas tão somente a

determinadas partes isoladas, fato que não atende ao escopo dos direitos de propriedade intelectual, qual seja, fomentar o processo inovativo dos produtos industriais.<sup>172</sup>

Eros Grau compartilha da mesma posição, ao afirmar que “o pretexto da proteção jurídica atribuída ao desenho industrial para dominar mercado relevante excede, nas circunstâncias consideradas no caso, os limites impostos em decorrência do seu fim econômico ou social” (GRAU, 2016, p. 21).

A experiência norte-americana demonstrou que os FIAPs podem concorrer em termos qualitativos com os produtos ofertados pelas montadoras, rejeitando, dessa forma, o argumento destas de que apenas seus produtos são dotados da qualidade necessária para a correta reparação. A criação de uma entidade como a CAPA nos Estados Unidos demonstra que muitos FIAPs buscam ofertar produtos de qualidade, combinando durabilidade e modicidade nos preços<sup>173</sup>.

Quando se discute os preços das peças ofertadas pelas montadoras e FIAPs, constata-se a disparidade observada no mercado nacional<sup>174</sup>, que já foi objeto de inúmeros estudos realizados por associações europeias, como a ECAR e a FIGIEFA. As pesquisas europeias há muito já demonstraram que as peças são significativamente mais caras nos países onde é concedida a elas a proteção como desenho industrial.

O mercado na União Europeia apresenta-se bastante fragmentado quanto à proteção de peças sobressalentes. Entretanto os casos enfrentados ao longo dos anos, bem como os estudos realizados a pedido do Parlamento Europeu foram orientados a ir além da coleta de estatísticas para buscar medidas voltadas a viabilizar a aproximação das legislações dos Estados-Membros.

---

<sup>172</sup> Silveira (2010) afirma ainda que, em vez de exercerem a função social da propriedade industrial, prevista constitucionalmente no inciso XXIX do artigo 5º da Constituição Federal, as montadoras praticam “evidente disfunção social”. Os efeitos negativos dessa disfunção serão abordados de forma mais abrangente nas seções seguintes deste capítulo.

<sup>173</sup> Além disso, da experiência norte-americana pode-se extrair que investimentos em certificações, além de associação com seguradoras, foram medidas de suma relevância para aumentar a reputação dos fabricantes independentes e tornar o mercado competitivo naquele país. Alguns produtos de origem FIAP possuem até qualidade superior aos produtos originais oferecidos pelas montadoras. “Em julho de 2002, a CAPA testou a qualidade de 1.907 autopeças originais disponíveis no mercado americano, e descobriu que a metade delas não atendia às especificações da entidade” (ARAÚJO JR., 2006, p. 6-7).

<sup>174</sup> Disparidade esta discutida na CPI, quando o deputado Fernando Capez presidiu uma sessão que contou com a participação do economista Pedro Scazufca: “[...] um slide interessante, um levantamento que a gente fez com a ajuda da ANFAPE, dois tipos de carro, Gol geração três e Ford Fiesta, um sem DI e o outro com DI. E a gente comparou o preço com relação à independente para capô e para para-lama. E o que acontece? Quando tem, o carro tem essa proteção de DI, ou seja, quando, no lado, vamos dizer no Gol a gente tem uma concorrência e no Ford Fiesta você teria um monopólio. O que acontece? Aí é que a tendência é que o preço seja maior do produto. Então por exemplo, a gente vê que no capô enquanto do Gol no independente seria R\$ 300, no Gol geração três onde tem concorrência, no mercado autorizado seria R\$ 544 e o Ford Fiesta aonde não tem concorrência, aonde há um monopólio seria em torno de R\$ 1.098. Isso é o preço de 2010, a gente não pode, não é uma comparação exata, são dois carros diferentes, mas só para a gente ter uma ideia, que quando você tem um monopólio, a tendência é que o preço seja muito mais alto” (SÃO PAULO, 2013, p. 27).

Nesse sentido, foi proposta uma “cláusula de reparação”, cuja ideia principal era justamente evitar o estabelecimento de monopólio no mercado de peças sobressalentes, considerando que a proteção conferida às peças *must-match* no mercado secundário geraria a exclusão de qualquer possibilidade de concorrência.

Ocorre que a propositura da cláusula em epígrafe gerou diversas reivindicações por parte da indústria automobilística do continente, tanto das montadoras, quanto dos próprios FIAPs (que questionaram o prazo de proteção e posteriormente uma possível remuneração equitativa e razoável). Após alterações nas propostas, predominou o posicionamento de que um regime de liberalização completa, imediata e gratuita seria mais adequado<sup>175</sup>.

De acordo com Grau-Kuntz, “A controvérsia que a questão gerou e ainda gera na União Europeia e o longo caminho percorrido em busca de uma solução para a questão polêmica serve como exemplo das dimensões do problema levado pela ANFAPE à apreciação pelo CADE” (GRAU-KUNTZ, 2007b).

Destarte, a proposta europeia de alteração legislativa referente às peças *must-match* mostra-se interessante para a persecução de uma solução satisfatória do problema enfrentado no Brasil pelo caso Anfape. Ademais, cumpre ressaltar que a proposta de lei norte-americana (representada pelo Projeto de Lei S.780), que permitiria a livre fabricação e comercialização de peças sobressalentes, teve influência da proposta europeia. Importante, nesse sentido, destacar que a Austrália, por meio de uma reforma legislativa – o Design Act de 2003 –, aprovou um disposto semelhante à cláusula de reparação europeia<sup>176</sup>.

Uma solução de *lege ferenda* seria uma opção plenamente possível e interessante para a abertura do mercado secundário às FIAPs (no molde das propostas europeia, estadunidense e australiana), pacificando a matéria e conferindo segurança jurídica aos agentes envolvidos. Nesse sentido, Barbosa (2013) apresenta, em sua proposta de alteração legislativa da Lei de Propriedade Industrial, dispositivo referente à vedação da aquisição da propriedade do desenho industrial que abarca a questão das peças *must match*<sup>177</sup>.

<sup>175</sup> Os motivos por esta opção são elencados por Grau-Kuntz e também se encontram no item 3.1 deste trabalho.

<sup>176</sup> Conforme destacado por Camelier da Silva (2014, p. 286), a seção 72(1) da Lei de Desenho Industrial da Austrália de 2003, prevê que não constitui infração à lei a utilização de uma parte componente que incorpora um desenho que é idêntico, ou substancialmente similar em impressão geral, o desenho registrado, desde que a parte seja usada para efeitos de reparação do produto complexo, de modo a restaurar a sua aparência original.

<sup>177</sup> “Art. 109 – A – O dispositivo no caput do artigo anterior não se aplica:

[...]

III – aos fabricantes de acessórios, implementos e peças de reposição de bens de consumo durável, que utilizem o objeto do desenho protegido exclusivamente para suprir a reposição, no interesse do consumidor, de parte integrante de produto já vendido, desde que obedecidas às práticas leais de concorrência e mantidas as especificações de qualidade do elemento original.” (BARBOSA, 2013).



Ocorre que a espera por um posicionamento legislativo pode se mostrar prejudicial às partes envolvidas na discussão, uma vez que, conforme atesta o Conselheiro Ragazzo, uma demora demasiada poderia provocar danos irreversíveis ao mercado e aos consumidores. Destaca o Conselheiro ainda que são inúmeros os casos em que o Judiciário deve atuar em função de omissões legislativas sobre matérias relevantes. (CADE, 2010).

Mesmo diante das dificuldades e desvantagens de uma medida dessa natureza, nada impede que o Poder Legislativo pátrio possa regulamentar o tema, assim como ocorreu nos outros países considerados neste estudo. Nesse sentido, as informações oriundas da CPI das autopeças, utilizadas neste estudo, são de suma relevância para dar suporte a eventual lei pacificando a controvérsia em nosso ordenamento.

Como órgão competente para avaliar abusos de poder econômico, no caso em debate, decorrente dos direitos de propriedade industrial, o CADE dispõe de instrumentos para uma solução administrativa da controvérsia, amparada nos ditames da Lei nº 12.529/2011. Entre eles se encontra o artigo 38 da referida lei, que estatui poder o órgão dispor de “qualquer outro ato ou providência necessários para a eliminação dos efeitos nocivos à ordem econômica” (BRASIL, 2011).

Renato Dolabella Melo atenta para importante questionamento acerca da expressão “qualquer outro ato”. O CADE, por estar adstrito ao princípio da legalidade, só poderia aplicar medidas expressamente previstas em lei. Portanto, a aplicação de algumas medidas na controvérsia, como a licença compulsória<sup>178</sup> de desenho industrial, não poderia ser feita, por falta de previsão legal específica. (MELO, 2011).

Haja vista a impossibilidade de o CADE aplicar medidas em desconformidade com a lei, investiga-se quais seriam as mais adequadas para a solução administrativa da controvérsia. Uma delas seria a assinatura de um Termo de Compromisso de Cessação (TCC)<sup>179</sup> entre as partes. Isso porque, segundo argumenta Forgioni:

Não são raros os casos em que pairam dúvidas sobre eventual ilicitude da prática analisada. Ademais, a coleta de provas pode ser longa e dispendiosa para a Administração. À empresa não interessa o desgaste à imagem que decorre do processo investigativo, a necessidade de provisão de eventual multa, despesas com advogados, assessores etc. Os executivos desviam-se de suas atividades administrativas para se

---

<sup>178</sup> Licenciamento compulsório é uma flexibilização prevista no art. 31 do acordo TRIPS, que permite a utilização de um produto patenteado, mesmo que um detentor não autorize, em casos muito específicos, quando prevalece o interesse público. No ordenamento brasileiro está previsto nos arts. 68 a 74 da Lei nº 9.279/1996, que preveem o uso da licença compulsória em algumas situações, não contemplando os registros de desenho industrial.

<sup>179</sup> Em termos gerais, o compromisso de cessação é uma transação jurídica, de perfil publicista e composição bilateral, realizada no âmbito do processo administrativo e deflagrado para a verificação de infração à ordem econômica. Em seus polos, em regra, figuram a empresa ou empresas sob investigação e a autoridade econômica nacional competente, que no Brasil é o CADE.

preocuparem com elaboração de estratégias de defesa, em detrimento do bom fluxo dos negócios. Sobretudo, há sempre o risco da condenação, ainda mais diante dos amplos termos empregados pela Lei antitruste e da mutabilidade das decisões ao longo do tempo. (FORGIONI, 2013, p. 150).

Assim, o TCC poderia se constituir em via alternativa de solução ou, talvez, resposta consensual ao problema, porquanto agilizaria o processo e evitaria que o CADE impusesse multas de elevados valores em caso de condenação, além de encontrar respaldo legal no artigo 85 e seus parágrafos da Lei nº 12.529/2011.

Por outro lado, ponderam Diogo Lucas Martins e Leandro Novais e Silva, caso as partes envolvidas não cheguem a um acordo, obrigando o órgão administrativo a buscar uma solução coercitiva, questiona-se se seria possível ao CADE impor uma restrição ao registro com efeito “erga omnes” somente no mercado secundário, da mesma forma como impõe restrições à propriedade industrial (marcas, por exemplo) quando decide um ato de concentração. (MARTINS; SILVA, 2017).

Ainda, não poderia o CADE adotar, obedecendo aos parâmetros legais, uma postura proativa em eventual condenação? Além de impor multa, poderia ele estabelecer uma solução estrutural (como sanção na conduta), como fez recentemente na punição do cartel das cimenteiras, quando aplicou remédios que julgou capazes de interromper a infração e restaurar o ambiente competitivo?

Na decisão em comento, o CADE:

[...] condenou o chamado “cartel do cimento”, aplicando multas a seis empresas, seis pessoas físicas e três associações que, somadas, atingem R\$ 3,1 bilhões.

Entretanto, chama a atenção o ineditismo da decisão ao aplicar as penalidades. Além das elevadas multas, o Conselho determinou ainda a venda de fábricas e impedimentos de realizar operações no ramo de cimento e de concreto até 2019.

Destaca-se, no caso, a determinação de vendas de ativos como penalidade pela prática de uma conduta anticompetitiva. Segundo o CADE, o objetivo, ao aplicar esta pena, foi de diminuir a barreira à entrada de concorrentes e viabilizar rivalidade nos setores. Embora prevista na lei, “quando assim exigir a gravidade dos fatos ou o interesse público geral”, essa espécie de penalidade nunca havia sido aplicada em um caso de conduta anticompetitiva até então. O que era comum consistia na determinação de medidas comportamentais aos praticantes de uma conduta anticoncorrencial. A decisão proferida no cartel do cimento, no entanto, além de impor medidas comportamentais, a elas agregou uma medida “estrutural”, por representar alteração na estrutura do mercado.

Trata-se, portanto, de mais uma demonstração da prioridade que o controle de condutas anticompetitivas tem merecido na nova política antitruste nacional e da relevância e gravidade com que o CADE tem atuado nessas questões. (OLIVEIRA, 2014).

Observa-se que a atuação meramente repressiva dos órgãos de defesa do mercado muitas vezes não surte os efeitos desejados, já que não repara, de fato, os danos; no máximo, indeniza-os. Portanto, repita-se, no caso Anfape, a autoridade antitruste não poderia inovar – com base legal – como fez no caso das cimenteiras, indo além da determinação de multas, buscando efetivamente impedir a utilização da proteção do desenho industrial no mercado secundário, a fim de tornar competitivo o *aftermarket* automotivo? Caso o CADE utilizasse, como analogia, uma espécie de licença compulsória (medida estrutural) no mercado secundário, o próprio órgão antitruste estaria impedido, tendo em vista não existir na lei essa possibilidade; tampouco ele poderia criá-la. (MARTINS; SILVA, 2017).

### **5.5.2. Caso dos softwares de diagnóstico**

No segundo caso, envolvendo fabricantes de produtos destinados ao diagnóstico de falhas de funcionamento dos veículos, a mudança de panorama não é muito diferente do que ocorre com as peças *must-match* do caso Anfape. Conforme analisado por Tatiana Coutinho Ferreira, a não disponibilização de informações necessárias por parte das montadoras aos independentes, para que estes possam produzir seus aparelhos de diagnóstico, impede a distribuição de seus produtos no mercado, garantindo, assim, um monopólio das montadoras. Por conseguinte, os independentes têm de buscar “as informações no exterior, já que em muitos casos são empresas estrangeiras que detêm os direitos de propriedade dos *softwares*” (FERREIRA, 2012, p. 53).

Os veículos modernos são equipados com um sistema de computadores que monitoram e controlam muitas das funções do veículo, entre elas a ignição, a frenagem e a potência do motor, muitas vezes chamadas de Unidades de Controle Eletrônico (ECUs). Como resultado, uma grande variedade de personalização, inovação e atividades de reparo, que tradicionalmente estavam ao alcance do proprietário, agora dependem do acesso e modificação desse código de computador.

Sem o *software* adequado, a manutenção do automóvel fica prejudicada, uma vez que as montadoras, a cada lançamento de um novo modelo, incluem particularidades nos *softwares* que impedem o uso de sistemas de diagnósticos ultrapassados. Ferreira aponta que “a instrução processual realizada pela Secretaria de Direito Econômico se mostrou inadequada na medida em que não verificou pormenorizadamente quais as exatas funcionalidades dos *softwares* de diagnósticos das montadoras e fabricantes independentes” (FERREIRA, 2012, p. 63). Nesse sentido, a autora explana que:

A definição do mercado relevante circunscrito à substituíbilidade de softwares de manutenção se mostrou demasiadamente ampla, visto que as funções de cada software são específicas para o diagnóstico, manutenção e calibragem de cada função automotiva. Os veículos modernos são equipados com centenas de sensores que monitoram o funcionamento eletrônico e mecânico de suas partes internas, por meio de central eletrônica, semelhante a uma “caixa preta” de automóveis. (FERREIRA, 2012, p. 63).

A experiência norte-americana demonstra uma preocupação suscitada por Francisco de La Tôrre, ao afirmar a necessidade de uma legislação que possa garantir maior acesso aos independentes de informações sobre os veículos, para que procedam à correta manutenção e deem ao consumidor o direito de reparar seu veículo onde desejar<sup>180</sup>.

O fato de a SDE não ter oficiado os reparadores independentes para que apresentassem os eventuais prejuízos advindos das barreiras impostas pela proteção dos *softwares*, bem como da análise para o mercado consumidor, na realidade do mercado nacional, demonstra que o caso careceu de análise mais aprofundada acerca desses efeitos. O consumidor, para ter acesso às informações contidas nas centrais e se certificar de que está tudo bem com o carro, se vê diante de dois caminhos: uma oficina de confiança ou uma concessionária.

No caso das oficinas independentes, o histórico do veículo deve ser obtido em parte pelos métodos tradicionais e em parte pelo uso da eletrônica. Isso porque, conforme já apontado (pelo parecer da autoridade antitruste francesa), os aparelhos de diagnósticos independentes não conseguem abarcar a totalidade dos sistemas do veículo, em função da existência de restrição de acesso a determinadas informações. O acesso mais amplo resta, portanto, à rede autorizada.

A mesma dificuldade subsiste entre os fabricantes e desenvolvedores de aparelhos de diagnóstico, que lidam com maiores barreiras à entrada para o mercado multimarcas de fabricação de ferramentas de diagnóstico, demandando maior investimento em engenharia reversa para competir com os operadores do mercado em exercício. Isso limita o número de operadores no mercado e impulsiona o preço das ferramentas de diagnóstico, o que é contrário aos objetivos das políticas de defesa da concorrência.

---

<sup>180</sup> “[...] A maior preocupação com relação a essas mudanças, que já são realidade em outros países, é a falta de uma legislação específica no Brasil que determine e dê o direito ao consumidor reparar o seu veículo onde desejar. “Com a conectividade cada vez mais presente nos automóveis, a montadora terá todas as informações com relação à frota e conseqüentemente terá mais interatividade com o dono do carro. Não se pode esquecer que o mercado de reposição está presente em todos os municípios do País e é responsável pela manutenção de 80% da frota em circulação, estimada em 42,5 milhões de unidades. Na Europa e Estados Unidos, por exemplo, existe legislação que garante ao proprietário fazer a revisão em qualquer lugar que desejar, seja no canal da montadora ou do mercado independente. Ou criamos um marco legal que também nos dê garantia de acesso às informações que o automóvel – já na mão do usuário final – passará a fornecer diretamente para as montadoras, ou corremos sério risco de perder muito espaço dentro do negócio da reposição. É papel do mercado, através de suas entidades representativas, desenvolver um trabalho junto ao poder público, para constituirmos uma legislação que dê ao consumidor final poder de decisão e a livre escolha de onde fazer a manutenção do seu veículo, onde consertar seu carro e comprar suas peças” (O AFTERMARKET..., 2016).

Como as informações mais importantes são restritas à rede autorizada da montadora, o consumidor muitas vezes não tem escolha, a não ser procurar uma concessionária quando seu veículo necessita de reparos que somente podem ser realizados por meio de diagnóstico de *software*. As montadoras alegam que essa reserva de mercado existe em benefício da segurança de seus clientes, conforme apontado em suas defesas quando da análise da averiguação preliminar. Todavia, há casos em que os recursos tecnológicos do carro o tornam totalmente dependente da tecnologia fornecida às concessionárias<sup>181</sup>.

Conforme apontado por Ferreira, na União Europeia, as montadoras possuem o dever de fornecer aos reparadores independentes as mesmas informações oferecidas às suas redes de concessionárias – incluindo informações para reprogramação de dispositivos eletrônicos dos automóveis. Destarte, “os independentes terão acesso ilimitado, mediante remuneração aos fabricantes, das informações relativas à manutenção do veículo, de modo fácil, rápido e não discriminatório, em comparação com as redes autorizadas” (FERREIRA, 2012, p. 64). Apesar de o acesso às informações ainda não ocorrer no mesmo patamar entre concessionárias e independentes, muito em função da carência de maior monitoramento e de um maior *enforcement* por parte das autoridades, é inegável a importância da regulamentação e dos estudos realizados no continente europeu sobre o tema.

Não obstante o arquivamento do caso pela extinta SDE, devido à existência de equipamentos de diagnóstico no mercado e do fato de que “não são todos os serviços de reparos em veículos que dependem da utilização desse tipo de equipamento e que, muitas vezes um bom mecânico é capaz de obter os mesmos resultados realizando outros tipos de procedimento” (CADE, 2009a), a realidade do mercado demonstra que tal análise é por demais simplista. O acesso às informações por meio de *softwares* é de fundamental importância para que o reparador atue de forma mais eficaz, sem incorrer em testes de tentativa e erro, que podem não se mostrar eficientes. Sua utilização evitaria, por exemplo, gastos com peças que não estão de fato defeituosas, sem contar o tempo demandado para identificar o real problema do veículo.

A experiência norte-americana se mostrou interessante por comprovar os efeitos que o impedimento ao acesso dos *softwares* pode gerar. Diante de um cenário com larga proteção aos

---

<sup>181</sup> Nesse sentido, com objetivo de agilizar o diagnóstico, a Volkswagen tem em sua manutenção especializada o auxílio do computador VAS, um equipamento usado pela empresa desde 2002 e que está em constante evolução. Quando o automóvel chega a uma concessionária, o VAS se comunica com o veículo por um dispositivo conectado a um plug (geralmente embaixo do painel) com comunicação via *bluetooth*. Ele faz um diagnóstico e aponta exatamente para o técnico, na tela do computador, onde está a falha. Mostra também como corrigi-la, indicando testes a serem feitos e peças a serem trocadas. A diferença dos scanners comuns usados nas oficinas é que o VAS identifica os problemas e aponta a correção, enquanto os scanners só indicam os códigos de erros. (COMPUTADOR..., 2013).

*softwares* dos sistemas automotivos, o consumidor passaria a não poder de fato gozar de forma plena de seu veículo, mas teria, assim, apenas uma licença de utilização que careceria de eventuais atualizações e revisões, realizadas tão somente pelas redes autorizadas.

Dessa maneira, um cenário com maior disponibilidade de acesso de informações, seja por meio de licenciamento ou de alteração legislativa que vise promover a paridade entre a rede de autorizadas e o setor independente, seria mais benéfico do ponto de vista concorrencial. Com essa medida, o consumidor teria mais alternativas para buscar o agente econômico que melhor lhe atenda.

Por fim, interessante seria se a Superintendência-Geral ou o Departamento de Estudos Econômicos, este em sua atribuição de dar suporte técnico às decisões da Superintendência-Geral e do Tribunal Administrativo de Defesa Econômica, assim como garantir a atualização técnica e científica do CADE e difundir a cultura da defesa da concorrência junto à sociedade, pudessem proceder à realização de estudos referentes à questão dos potenciais efeitos que a proteção dos *softwares* pode causar no mercado destinado à reparação automotiva. Isso porque os casos brasileiros arquivados são antigos e, em se tratando de um mercado cada vez mais influenciado por novas tecnologias, o contexto se alterou – prova desse fato são os casos já discutidos por autoridades internacionais. A indústria automobilística é global, e muitos dos efeitos já discutidos por outras jurisdições podem encontrar correspondência no mercado nacional.

## **5.6 Conclusões do capítulo**

O capítulo se propôs a realizar uma análise da interface entre os direitos da propriedade intelectual e da concorrência no mercado secundário automotivo. Os direitos de propriedade intelectual não devem possuir caráter absoluto, no sentido de serem utilizados unicamente como instrumento para criação de barreiras à entrada ou exclusão de concorrentes. O processo de inovação útil ao funcionamento do mercado será observado quando os direitos se limitarem à vantagem competitiva auferida, provocando uma concorrência por superação do ato inventivo. (FERREIRA, 2012).

Além disso, os direitos de propriedade não devem ser analisados com caráter meramente registral, devendo atender à função social – que priorize os interesses dos consumidores, em decorrência dos pressupostos constitucionais. Por conseguinte, embora não se possa negar uma tensão existente entre os direitos de propriedade intelectual e o direito da concorrência, em

função dos abusos que podem advir, estes são complementares, porquanto buscam, ainda que por caminhos diversos, a inovação tecnológica.

Tanto nos casos do Brasil quanto nos dos mercados estrangeiros analisados, buscou-se demonstrar que a utilização dos direitos de propriedade intelectual no *aftermarket* unicamente como estratégia de negócio para que agentes detentores da exclusividade possam auferir mais lucros pode configurar abuso. Essa questão se impõe à medida que o escopo passa a ser unicamente a exclusão de concorrentes e a diminuição da oferta de produtos aos consumidores.

Por conseguinte, toda a cadeia de distribuição de produtos de reparação sofre com os danos que o monopólio das montadoras pode causar ao mercado de reposição, refletindo em prejuízos ao consumidor e à concorrência, na forma de maiores preços, menos opções de produtos e piores condições de venda.

Dos dois casos brasileiros analisados em cotejo com a experiência internacional, destaca-se que uma política de concorrência que busque fomentar a atuação dos independentes no mercado secundário automotivo traz benefícios aos consumidores, dada a grande diferença de preços entre as peças e serviços por eles vendidas e os das montadoras. O estudo dos casos buscou demonstrar que o uso dos direitos de propriedade intelectual no *aftermarket* não se caracteriza por buscar inovação no mercado, mas sim por atuar como ferramenta de proteção contra concorrentes, o que desvirtua os propósitos do instituto.

## 6 CONCLUSÕES

O número de casos envolvendo denúncias por práticas anticompetitivas no *aftermarket* automotivo tem crescido ao longo dos anos, despertando a atenção das principais autoridades antitruste no mundo – diferentemente do que ocorre no Brasil, onde as análises foram feitas num contexto que agora merecem revisão, uma vez que a maioria dos casos analisados são antigos, à exceção do que ocorre nas investigações de cartéis, e o arquivamento tem sido um desfecho frequente na maioria deles. Por outro lado, a análise do mercado internacional demonstra uma mudança de percepção acerca das condutas dos agentes que atuam no *aftermarket* automotivo.

O presente estudo se propôs a examinar as características estruturais e produtivas do setor para, assim, compreender quais fatores favorecem as práticas anticompetitivas, sejam elas unilaterais ou concertadas. Por meio da análise realizada no segundo capítulo, restou patente a importância estratégica do mercado secundário automotivo na economia. A partir do retrato de como a cadeia de produção e distribuição de peças e o mercado de reparação estão dispostos, foi definido como ocorre a interação entre os agentes e quais os movimentos que cada um tem tomado para se destacar em sua respectiva faixa de mercado.

Ocorre que, muitas vezes, os agentes, na busca de alcançar maior poder de mercado, se valem de práticas que restringem a livre concorrência, prejudicando não só a entrada e manutenção de concorrentes, mas principalmente os adquirentes dos produtos e serviços, o que comprova que há abuso de poder econômico. Após a pesquisa, concluiu-se que a hipótese, qual a seja, a ilegalidade das condutas no *aftermarket* automobilístico, se confirmou com a análise dos efeitos das condutas empresariais de alguns agentes. Ressalte-se que as apresentadas são aquelas mais sensíveis às faixas de mercado delimitadas no segundo capítulo: fabricação de peças automotivas, atacado, varejo e setor de reparação.

Após a crise econômica de 2008, vários cartéis de autopeças foram deflagrados (revelando práticas que perduraram por décadas). Parte dos fabricantes de autopeças justificam essas práticas como tentativas de sobrevivência no mercado, diante da forte pressão exercida pelos principais clientes dos fabricantes – as montadoras – para a redução de preços e insumos dos produtos. Porém, daí surge o questionamento elaborado ao longo do trabalho, ou seja, se uma conduta anticompetitiva colusiva poderia ser considerada dentro da legalidade por gerar boas receitas em um outro mercado – o *aftermarket*.

Porém, os fabricantes questionam a pressão das montadoras na venda de peças utilizadas para a fabricação do automóvel, mas, no mercado secundário, essa pressão por redução de



preços imposta por um reduzido número de clientes praticamente inexistente. Questiona-se se, com isso, os fabricantes envolvidos em denúncias deixam de realizar conluíus no mercado secundário – para apenas realizá-los na venda para montadoras como estratégia de “sobrevivência”. Os casos submetidos ao CADE e a experiência internacional demonstram que não: o número de casos deflagrados é cada vez maior, demonstrando que as empresas participantes, principalmente aquelas denominadas sistemistas, vêm ao longo dos anos auferindo lucros expressivos também no mercado secundário.

Na análise efetuada sobre o setor da fabricação de peças, diante do contexto apresentado na realidade brasileira, questiona-se: a quem pertence o setor de fabricação de peças? Diante do exame feito ao longo dos capítulos, poder-se-ia concluir que, se as condutas anticompetitivas prevalecem sem exame de mérito por parte das autoridades brasileiras de defesa da concorrência, as empresas sistemistas de fabricação de peças detêm a propriedade do setor.

No que diz respeito às denúncias por parte das concessionárias, que, mediante acordos de exclusividade com as montadoras, vislumbraram restrições verticais aptas a restringirem sua participação no mercado de venda de peças, restou demonstrado que a legislação hoje vigente no Brasil é capaz de gerar distorções e ineficiências para o setor.

Todavia, a partir da análise dos efeitos gerados pelas restrições verticais, a suspensão do índice de fidelidade poderia causar importantes mudanças estruturais na cadeia de distribuição de peças, em especial na relação entre concessionárias e montadoras, uma vez que estas poderiam pleitear a venda direta de seus produtos aos consumidores, como já ocorre em mercados como o europeu, no qual as montadoras possuem lojas próprias. Por outro lado, as concessionárias teriam mais acesso aos canais de fabricação e distribuição de autopeças, competindo de forma mais eficiente com os agentes do setor independente, principalmente no quesito preços. Por conseguinte, os questionamentos apresentados pela Fenabreve nos dois processos analisados, ainda que à primeira vista pudessem favorecer apenas as montadoras, num segundo momento poderiam representar o fim do canal de venda de peças pelas concessionárias, uma vez que passariam a atuar como distribuidores independentes, setor já dominado no Brasil pelos grandes atacadistas.

Com efeito, o fim do índice de fidelidade poderia significar ótima medida para o consumidor, na medida em que geraria, potencialmente, mais competitividade no setor, melhorando os preços; e nem tanto para as concessionárias, que como se observou no capítulo 4, não ingressaram no CADE com novas representações questionando a adoção do índice.

Nesse sentido, a quem pertence o mercado de reposição de peças genuínas no atacado? O exame da Lei Ferrari mostra que seus efeitos regulatórios deixam o mercado de peças

genuínas no comando das montadoras, para que possam estipular seus preços e condições, favorecendo possível abuso de posição dominante, embora exista cenário mais favorável entre concorrentes no setor independente, que não possui índices que amarram produtores e distribuidores.

Por fim, em relação às condutas envolvendo eventuais usos abusivos dos direitos de propriedade intelectual, por meio dos efeitos observados no mercado de reposição automotiva, este trabalho quis demonstrar que a busca pela eficiência econômica nos mercados de inovação em momento algum pode desrespeitar os ditames da ordem institucional do Direito Antitruste. Com efeito, é importante que exista equilíbrio entre os direitos constitucionalmente previstos, sem qualquer relação de hierarquia entre si, ainda que potencialmente conflitantes.

No entanto, esse equilíbrio não tem sido observado no *aftermarket* automotivo de peças sobressalentes, tanto no Brasil, quanto nos mercados estrangeiros analisados neste trabalho, uma vez que a exclusividade conferida pelos direitos de propriedade intelectual pode estar permitindo que as detentoras desses direitos, as montadoras, ajam com intuito de eliminar a atuação dos agentes independentes e monopolizar esse mercado. Esse fato seria capaz de demonstrar que o objetivo da utilização do registro no *aftermarket* pode representar nada mais que uma estratégia de negócio para que as empresas auferam mais lucros.

Por conseguinte, toda a cadeia de distribuição de produtos de reparação sofre com os danos que o monopólio desses agentes pode causar ao mercado de reposição, refletindo em danos ao consumidor e à concorrência, na forma de maiores preços, menos opções de produtos e piores condições de venda, conforme demonstrado ao longo deste estudo.

Da mesma forma, o caso dos *softwares* de diagnóstico buscou indicar que a tecnologia embarcada nos veículos modernos pode servir de instrumento para uma conquista de mercado potencialmente danosa. Tanto o caso Anfape quanto o dos *softwares* são claros em demonstrar como os direitos de propriedade intelectual podem servir a objetivos não almejados pela sociedade – ausência de inovação, barreiras à entrada de concorrentes, assimetria de informações –, e como pode deixar o consumidor sem alternativas para que proceda à manutenção de seu veículo da forma que melhor lhe atenda.

Os direitos de propriedade intelectual não devem possuir apenas caráter registral, mas sim, de fato, promover inovação e competitividade nos mercados. A quem têm pertencido os mercados protegidos por esses direitos? Se exercidos de forma abusiva, como demonstrado nos casos aqui analisados, pertencem aos agentes que registram suas inovações e se resguardam da concorrência.

Após o exame das condutas indicadas, conclui-se que as autoridades antitruste, sobretudo a brasileira, não podem se furtar a uma apreciação mais detida sobre o setor, de modo a não tolerar no mercado a atuação de nenhum agente que, por meios ilícitos, se valha de um poder que desestabilize toda a cadeia produtiva. Os agentes atuantes devem buscar o êxito empresarial tão somente baseados em suas eficiências, por meio de práticas leais de concorrência. O Direito Antitruste serve a este objetivo: promover melhores práticas de livre concorrência para que o consumidor, seu destinatário final, tenha à sua disposição um mercado em bom funcionamento, com melhores produtos e serviços.

A grande efervescência que o tema do *aftermarket* automotivo tem merecido por parte das autoridades antitruste internacionais não estão encontrando repercussão no Brasil. Diante de empresas de mercado global, e o Brasil representa importante polo da indústria automobilística, é imprescindível que se revise o mercado em apreço. Nos últimos anos, a estrutura administrativa do SBDC se alterou – com a entrada em vigor da Lei 12.529/2011 – tornando a atuação do CADE mais eficiente, aprimorando o *enforcement* no controle de condutas. Nesse sentido, a exemplo do que ocorre em outras jurisdições, o Departamento de Estudos Econômicos do CADE (surgido com a nova lei de defesa da concorrência), através de estudos de mercados específicos, como é o caso do *aftermarket* automotivo, poderia auxiliar na identificação de possíveis condutas anticompetitivas, de modo a fornecer subsídios para mais investigações no setor.

## REFERÊNCIAS

AMATO NETO, João. “Desverticalização”/“terceirização” e as relações de subcontratação no complexo automobilístico brasileiro. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 1, n. 1, p. 29-50, abr. 1994. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-530X1994000100002](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X1994000100002)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

ANDRADE, Gustavo Piva de. A Interface entre a Propriedade Intelectual e o Direito Antitruste. **Revista da ABPI**, 1º nov. 2007. Disponível em: <[http://www.dannemann.com.br/dsbim/Biblioteca\\_Detalhe.aspx?&ID=107&pp=1&pi=2](http://www.dannemann.com.br/dsbim/Biblioteca_Detalhe.aspx?&ID=107&pp=1&pi=2)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

ANFAPE segue exemplos de outros países. **Revista Cobertura**, 16 ago. 2007a. Disponível em: <[http://www.revistacobertura.com.br/lermais\\_materias.php?cd\\_materias=52696&friurl=-ANFAPE-SEGUE-EXEMPLOS-DE-OUTROS-PAISES-](http://www.revistacobertura.com.br/lermais_materias.php?cd_materias=52696&friurl=-ANFAPE-SEGUE-EXEMPLOS-DE-OUTROS-PAISES-)>. Acesso em: 16 mar. 2017.

ANFAPE. Notícias. **CPI comprova que Ford, Fiat e Volkswagen pretendem dominar o mercado de reposição**. Publicado em 10/10/2013. Disponível em: <[http://www.anfape.org.br/noticias\\_1er.asp?cod=79](http://www.anfape.org.br/noticias_1er.asp?cod=79)>. Acesso em: 10 fev. 2014.

ANFAPE. **Representação**. Repte: Associação Nacional de Fabricantes de Autopeças - Anfape. Repdos: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda, Fiat Automóveis S.A. e Ford Motor Company Brasil Ltda. 4 abr. 2007b. Disponível em: <<http://www.anfape.org.br/imagens/Representacao-CADE-04-04-07.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

ARAÚJO JR., José Tavares de. **Restrições Verticais no Mercado Brasileiro de Autopeças: Impactos Anticompetitivos**. Dez. 2006. Disponível em: <[http://www.ecostrat.net/files/Autopecas-Nota\\_tecnica\\_Jose\\_Tavares.pdf](http://www.ecostrat.net/files/Autopecas-Nota_tecnica_Jose_Tavares.pdf)>. Acesso em: 5 jan. 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (ABPI). **Quem somos**. s/d. Disponível em: <<http://www.abpi.org.br/quemsomos.asp?ativo=True&linguagem=Portugu%EA&secao=Quem%20somos&subsecao=O%20que%20%E9%20a%20ABPI>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

AUTO PRESS. Montadoras tentam explicar preços mais altos das peças originais. **UOL Carros Website**, 21 jun. 2010. Disponível em: <<https://carros.uol.com.br/noticias/2010/06/21/montadoras-tentam-explicar-por-que-pecas-originais-sao-tao-mais-caras.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

AUTOCARE ASSOCIATION. **Who we are**. s/d. Disponível em: <<http://www.autocare.org/who-we-are/>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

AZEVEDO, Paulo Furquim. Análise econômica da Defesa da Concorrência. In: TIMM, Luciano Benetti (Org.). **Direito e Economia no Brasil**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 266-295.

AZEVEDO, Paulo Furquim. Restrições Verticais e Defesa da Concorrência: A Experiência Brasileira. **Textos para discussão**, Escola de Economia de São Paulo-FGV, n. 264, jul. 2010.

Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/6895/TD+264+-+Paulo+Furquim+de+Azevedo.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BARBOSA, Denis Borges. **Corrigindo as potenciais disfunções do sistema de proteção de desenho industrial**. Dez. 2013. Disponível em:

<[http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/corrigindo\\_potenciais\\_disfuncoes\\_di.pdf](http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/corrigindo_potenciais_disfuncoes_di.pdf)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. Belo Horizonte: Lumen Juris, 2010. Disponível em:

<<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

BARROS, Daniel Chiari; CASTRO, Bernardo Hauch Ribeiro de; VAZ, Luiz Felipe Hupsel. Panorama da indústria de autopeças no Brasil: características, conjuntura, tendências tecnológicas e possibilidades de atuação do BNDES. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 42, p. 167-216, set. 2015. Disponível em:

<<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/9555>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

BAUER, Joseph. Antitrust implications of aftermarket. **The Antitrust Bulletin**, v. 52, n. 1, p. 31-51, Spring 2007. Disponível em:

<<http://www3.nd.edu/~ndlaw/faculty/bauer/antitrustimplications.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BERGER, Roland. **Estudo sobre o aftermarket no Brasil**: seminário da reposição automotiva. São Paulo: 14 out. 2014. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/1512619-Estudo-sobre-o-aftermarket-no-brasil.html>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

BIRD & BIRD. Cartel investigations in the automotive supply industry – Are you prepared? **Bird & Bird Briefing**, mar. 2012. Disponível em:

<<https://www.twobirds.com/~media/files/newsletters/2012/automotive-news-march-2012.htm>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

BORGES, Isabela Felipe. **Regulação e Concorrência no Mercado Brasileiro de Autopeças**. 2013. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Instituto de Economia. Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Campinas, 2013. Disponível em:

<<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiHmv-54qDMAhUJIpAKHTalBIEQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.bibliotecadigital.unicamp.br%2Fdocument%2F%3Fdown%3D000918352&usg=AFQjCNEY1Q82-ZsRAfOoBzzCNeiCA9ty5A&sig2=2QkEo6Gh5Ob1WaXxgRkQcg>>. Acesso em: 16 dez. 2015.

BOSICA, Alessandro. **Mudanças nos padrões de competitividade da indústria brasileira na última década**: o caso da indústria de autopeças. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014. Disponível em:

<<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000943583>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

BRACHMANN, Steve. John Deere, GM push back against consumer modifications of vehicle software. **IPWatchdog**, July 1<sup>st</sup> 2015. Disponível em: <<http://www.ipwatchdog.com/2015/07/01/john-deere-gm-push-back-against-consumer-modifications-of-vehicle-software/id=59014/>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

BRANCHER, Paulo. Mercados de inovação na análise antitruste. In: ZANOTTA, Pedro; BRANCHER, Paulo (Orgs.). **Desafios atuais do direito da concorrência**. São Paulo: Singular, 2008. p. 273-290.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da União**, 5 out. 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BRASIL. Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997. Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC, estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, revoga o Decreto Nº 861, de 9 julho de 1993, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 21 mar. 1997a. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d2181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2181.htm)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 6.729, de 28 de novembro de 1979. Dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre. **Diário Oficial da União**, 29 nov. 1979. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L6729.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6729.htm)>. Acesso em: 17 jul. 2017.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 10 jan. 2007. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994. Transforma o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) em Autarquia, dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 13 jun. 1994. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8884.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8884.htm)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade intelectual. **Diário Oficial da União**, 15 maio 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 9.456, de 25 de abril de 1997. Institui a Lei de Proteção de Cultivares e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 25 set. 1997b. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9456.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9456.htm)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no país, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 25 fev. 1998a. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9609.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9609.htm)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 20 fev. 1998b.

Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei nº 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 1º dez. 2011. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm)>. Acesso em: 20 mar. 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Setores abrangidos pela Política Industrial. **Automotivo**. s/da. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=327>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Câmara de Comércio Exterior (CAMEX). **A CAMEX**. s/db. Disponível em: <<http://www.camex.gov.br/>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

BRASIL. Resolução nº 61, de 23 de junho de 2015. Regulamenta a redução da alíquota do Imposto de Importação na condição de Ex-tarifário para autopeças sem produção nacional equivalente, no âmbito do Regime de Autopeças Não Produzidas. **Diário Oficial da União**, 24 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.camex.gov.br/legislacao/interna/id/1417>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

BRINCO, Ricardo. O mercado nacional de autopeças e a invasão dos importados. **Carta de Conjuntura FEE**, ano 23, n. 10, 2014. Disponível em: <<http://carta.fee.tche.br/article/o-mercado-nacional-de-autopecas-e-a-invasao-dos-importados/>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

CADE investiga cartéis no setor de autopeças. **CADE Website**, 2 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/noticias/cade-investiga-carteis-no-setor-de-autopecas>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

CAMPOS, Carlos. Reparação de veículos fora de garantia é terra de ninguém. Até quando? **Automotive Business Website**, 1º out. 2013. Disponível em: <<http://www.automotivebusiness.com.br/artigo/775/reparacao-de-veiculos-fora-de-garantia-e-terra-de-ninguem-ate-quando>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CAPGEMINI CONSULTING. **The Aftermarket in the Automotive Industry**. How to optimize aftermarket performance in established and emerging markets. 2010. Disponível em: <[https://www.capgemini.com/resource-file-access/resource/pdf/tl\\_The\\_Aftermarket\\_in\\_the\\_Automotive\\_Industry.pdf](https://www.capgemini.com/resource-file-access/resource/pdf/tl_The_Aftermarket_in_the_Automotive_Industry.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CARROS conectados: um futuro inevitável e suas polêmicas. **Revista Reparação Automotiva**, n. 98, p. 34-35, 24 out. 2016. Disponível em: <[https://issuu.com/znews6/docs/ra98\\_book](https://issuu.com/znews6/docs/ra98_book)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

CARVALHO, Enéas Gonçalves de. Inovação tecnológica na indústria automobilística: características e evolução recente. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 17, n. 3, p. 429-461,

dez. 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-06182008000300004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-06182008000300004)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

CARVALHO, Vinícius Marques de. Avanços nos procedimentos para Análises de Condutas. In: CORDOVIL, Leonor *et al.* **Nova Lei de Defesa da Concorrência Comentada** – Lei 12.529, de 30 de Novembro de 2011. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011. p. 31-44.

CASTRO, Bruno Braz de. Os limites jurídicos entre a legislação federal de defesa da concorrência e a ordenação econômica formulada por estado ou município: a contribuição da state action doctrine. **Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional**, v. 17, p. 92, jan. 2010.

CELESTINO, Marcus. Marcas ampliam prazo de garantia dos carros no Brasil. **O Estado de Minas**, 17 fev. 2014. Disponível em: <[http://estadodeminas.vrum.com.br/app/noticia/noticias/2014/02/17/interna\\_noticias,49111/marcas-ampliam-prazo-de-garantia-dos-carros-no-brasil.shtml](http://estadodeminas.vrum.com.br/app/noticia/noticias/2014/02/17/interna_noticias,49111/marcas-ampliam-prazo-de-garantia-dos-carros-no-brasil.shtml)>. Acesso em: 12 maio 2017.

COASE, Robert Harry. The problem of social cost. **The of Law & Economics**. v. III, p. 1-44, Oct. 1960. Disponível em: <<https://econ.ucsb.edu/~tedb/Courses/UCSBpf/readings/coase.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2017.

COMISSÃO EUROPEIA. A comissão adota uma profunda reforma das regras de concorrência aplicáveis às vendas e serviços pós-venda de veículos automóveis. **European Commission Press Release Database**, 17 jul. 2002. Disponível em: <[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-02-1073\\_pt.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-02-1073_pt.htm)>. Acesso em: 10 maio 2017.

COMISSÃO EUROPEIA. Comunicação da comissão nº 2010/C 138/05. Orientações complementares relativas às restrições verticais nos acordos de venda e reparação de veículos a motor e de distribuição de peças sobressalentes para veículos a motor. **Jornal Oficial da União Europeia**, 28 maio 2010. Disponível em: <[http://www.anecra.pt/gabjuri/pdf/Regulamento461\\_2010\\_OC.pdf](http://www.anecra.pt/gabjuri/pdf/Regulamento461_2010_OC.pdf)>. Acesso em: 10 maio 2017.

COMPUTADOR especial ajuda a identificar problemas do carro. **Terra**, Meu automóvel, 16 dez. 2013. Disponível em: <<https://economia.terra.com.br/carros-motos/meu-automovel/computador-especial-ajuda-a-identificar-problemas-do-carro,5034df41ebce2410VgnVCM4000009bcecb0aRCRD.html>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

CONNOR, John M. Global Antitrust Prosecutions of Modern International Cartels. **Journal of Industry, Competition and Trade**, *Forthcoming*. Sept. 20, 2004. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=611886>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

CONNOR, John M. Is *Auto Parts* evolving into a Supercartel? **AAI Working Paper**, n. 13-06, 7 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.antitrustinstitute.org/sites/default/files/AAI%20Working%20Paper%2013-06.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Averiguação Preliminar nº 08012.002673/2007-51**. Repte: Associação Nacional de Fabricantes de Autopeças - Anfape. Repdos: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda,



Fiat Automóveis S.A. e Ford Motor Company Brasil Ltda. Rel.: Cons. Carlos Emmanuel Joppert Ragazzo. J.: 15/12/2010. Disponível em: <<http://www.anfape.org.br/imagens/Voto-Conselheiro-Carlos-E-J-Ragazzo15-12-10.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Cartilha do CADE**. Maio 2016a. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais/cartilha-do-cade.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Guia para Análise de Atos de Concentração Horizontal**. Brasília: Jul. 2016b. Disponível em: <[http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais/guias\\_do\\_Cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf](http://www.cade.gov.br/aceso-a-informacao/publicacoes-institucionais/guias_do_Cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf)>. Acesso em: 13 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Memorando de Entendimento nº 1/2016**, relativo à coordenação institucional envolvendo termos de compromisso de cessação e acordos de colaboração em investigações de infrações contra a ordem econômica. Assinado eletronicamente em 15 mar. 2016c. Disponível em: <[http://www.cade.gov.br/assuntos/programa-de-leniencia/memorando-de-entendimentos-sg-e-mpfsp\\_tcc-e-acordos-de-colaboracao\\_15-03-2016.pdf](http://www.cade.gov.br/assuntos/programa-de-leniencia/memorando-de-entendimentos-sg-e-mpfsp_tcc-e-acordos-de-colaboracao_15-03-2016.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Nota Técnica nº 15/2016/CGAA1/SGA1/SG/CADE**. Processo Administrativo nº 08012.002673/2007-51. 2016d. Disponível em: <<https://goo.gl/AyJeuN>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Nota Técnica nº 20/2015/CHEFIA GAB/SG/CADE**. 2014a. Procedimento administrativo nº 08700.004629/2015-38. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?brwJvJaYc\\_ZdX2jL8D4u\\_Q7OzfVL1snf18jYXJRaQgqx1YqXZmO3LrTt5bnfj3cw86CZiNnet1qgyM2k1RhXXg](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?brwJvJaYc_ZdX2jL8D4u_Q7OzfVL1snf18jYXJRaQgqx1YqXZmO3LrTt5bnfj3cw86CZiNnet1qgyM2k1RhXXg)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Nota Técnica nº 28/2016/CHEFIA GAB/SG/CADE**. 2016e. Procedimento administrativo nº 08012.000773/2011-20. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?GV7Oa\\_7IuyAZAjexhoPZKoZWxwAYxKzX4gZnZEFZNkzvTgoyUFl\\_dhhVRcZFZHsIev\\_bL21fD1F\\_XAO54bV5vQ](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?GV7Oa_7IuyAZAjexhoPZKoZWxwAYxKzX4gZnZEFZNkzvTgoyUFl_dhhVRcZFZHsIev_bL21fD1F_XAO54bV5vQ)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Nota Técnica nº 31/2015/CHEFIA GAB/SG/CADE**. 2015a. Procedimento administrativo nº 08700.010323/2012-78. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?IJO8lb7r\\_wBFh7QexAroDy6ZPU8G9xo-AAf05zDtyFhMIvpT50o0Bc12t3Fu73PbOYbnrSngiQUD51QVh1brEQ](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?IJO8lb7r_wBFh7QexAroDy6ZPU8G9xo-AAf05zDtyFhMIvpT50o0Bc12t3Fu73PbOYbnrSngiQUD51QVh1brEQ)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). Notícias. **Cade condena cartel no mercado internacional de compressores de refrigeração**. 16 mar. 2016f. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/noticias/cade-condena-cartel-no-mercado-internacional-de-compressores-para-refrigeracao>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Parecer nº 9/2017/MBL/MPF/CADE**. Repte: Anfape. Repda: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda.; Fiat Automóveis S.A.; e Ford Motor Company Brasil Ltda. Conselheiro Relator Paulo Burnier da Silveira. 17 jul. 2017a. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?FMhdQ6gdDeL8I9crZu3bQ8WigC065yHcF2g5W4duDrttw9AE9yYw2RXIvNOrlmZcFLR9DgglMQJ2lNr\\_ClwllQ,,](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?FMhdQ6gdDeL8I9crZu3bQ8WigC065yHcF2g5W4duDrttw9AE9yYw2RXIvNOrlmZcFLR9DgglMQJ2lNr_ClwllQ,,)>. Acesso em: 31 jul. 2017.b

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Perguntas gerais sobre defesa da concorrência**. 29 jan. 2016g. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/servicos/perguntas-frequentes/perguntas-gerais-sobre-defesa-da-concorrenca#wrapper>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). Pesquisa Processual. **Processo nº 08700.004629/2015-38**. Data de Registro: 15/05/2015. Última movimentação: 13 fev. 2017b. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/processo\\_exibir.php?g3XpuoWYp-7HVPth0qfy4BTnTQGB-1fZe5x7Wj6r2vuwuGdsLoY2qMorvQtpYo\\_rbvxdh1FKrUyN7pu3o4kfug](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/processo_exibir.php?g3XpuoWYp-7HVPth0qfy4BTnTQGB-1fZe5x7Wj6r2vuwuGdsLoY2qMorvQtpYo_rbvxdh1FKrUyN7pu3o4kfug)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.000820/2009-11**. Repte: SDE. Repdos: Whirlpool S.A. e outros. Voto do Conselheiro Relator Márcio de Oliveira Junior, 16 mar. 2016h. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?4Mi9UFef1fuhgXXjxt2hkY841X1gF43O\\_3IT77dXQHcNZlqO\\_wjwAoQF8vnHg-LBKiytQyVwOxT75tS7m8L4vQ,,#\\_Toc445481887](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?4Mi9UFef1fuhgXXjxt2hkY841X1gF43O_3IT77dXQHcNZlqO_wjwAoQF8vnHg-LBKiytQyVwOxT75tS7m8L4vQ,,#_Toc445481887)>. Acesso em: 26 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.002127/2002-14**. Vol. 59. Representante: SDE. Representada: Pedreiras de São Paulo. Conselheiro Relator Luiz Carlos Thadeu Delorme Prado. Última movimentação: 30 set. 2005a. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?CZJc\\_I1Y5s73Ix1sH6wchs\\_EmGUmsio\\_UtT2DWXf05YEQYFx-1xzPloHfUrhFPxNviv6e0j8oxTuEmpOjRyVrg](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?CZJc_I1Y5s73Ix1sH6wchs_EmGUmsio_UtT2DWXf05YEQYFx-1xzPloHfUrhFPxNviv6e0j8oxTuEmpOjRyVrg)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.002673/2007-51**. Repte: Associação Nacional de Fabricantes de Autopeças - Anfape. Repdos: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda, Fiat Automóveis S.A. e Ford Motor Company Brasil Ltda. Rel.: Cons. Carlos Emmanuel Joppert Ragazzo. Instruído em: 04/04/2007. Andamento processual. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/processo\\_exibir.php?u0r2HDE7WIdiBH3O1y0Dr6krqmN-VVCNjJtZWrdX1mjMyqg-EEgbc6XUnsJlsY8flCBElWo98DVYx6TapBEtBg](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/processo_exibir.php?u0r2HDE7WIdiBH3O1y0Dr6krqmN-VVCNjJtZWrdX1mjMyqg-EEgbc6XUnsJlsY8flCBElWo98DVYx6TapBEtBg)>. Acesso em: 18 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.002673/2007-51**. Repte: Associação Nacional de Fabricantes de Autopeças - Anfape. Repdos: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda, Fiat Automóveis S.A. e Ford Motor Company Brasil Ltda. Rel.: Cons. Carlos Emmanuel Joppert Ragazzo. J.: 13/06/2016j. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?si53oPC2](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?si53oPC2)>

MR4HRpo8br\_YbuFlkvAQOvT73pzEjtedUX2qDOp6E3KAYEq9SWe5QdPjmtSNIA5qJ4h8 ezkiJy-\_Lw>. Acesso em: 24 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.005324/2012-59**. Repte: CADE Ex Officio. Repda: AB SKF, Ina-Holding Schaeffler GMBH e Co. e Outras. 1º Volume. 2014b. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?F1AgajaJX-PeriYTLJ54pptNjTiGY09bydjC3SLLj8vmIDDstdt88D96PP-kPRiDE4G-YHdDPJa517KqE9cSkA](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?F1AgajaJX-PeriYTLJ54pptNjTiGY09bydjC3SLLj8vmIDDstdt88D96PP-kPRiDE4G-YHdDPJa517KqE9cSkA)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.006516/2001-20**. Vol. 16. Representante: Fenabrave. Representada: Volkswagen do Brasil Ltda. Relatório de 18 dez. 2006a. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?AJMhTHqGL8RMo\\_nOvTOAZOGIJNnFSEpJ0MmoPm0t1U6kFp8MUUI6MiSVw\\_PKVDug6f41iO1jefhRPc0EOB3O4Q](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?AJMhTHqGL8RMo_nOvTOAZOGIJNnFSEpJ0MmoPm0t1U6kFp8MUUI6MiSVw_PKVDug6f41iO1jefhRPc0EOB3O4Q)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.006519/2001-63**. Vol. 14. Repte: Fenabrave e Anfavea. Repda: Fiat Automóveis do Brasil. Última movimentação: 22 dez. 2006b. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?u0r2HDE7WIdiBH3O1y0Dr6krqmN-VVCNjJtZWrdX1mgVi3WYphNe5RBlvqhRTvsPn3yAwcA6ZILYw6Owbbxc9Q](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?u0r2HDE7WIdiBH3O1y0Dr6krqmN-VVCNjJtZWrdX1mgVi3WYphNe5RBlvqhRTvsPn3yAwcA6ZILYw6Owbbxc9Q)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.006519/2001-63**. Vol. 15. Repte: Fenabrave e Anfavea. Repda: Fiat Automóveis do Brasil. Última movimentação: 4 nov. 2005b. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?F7UthBTEFYc4uyjVe4x70pzU92M-nnl-ojvZWwWgg-gIjRDqvRQaPMgxojtk3lfiDrCaE0z-4GBI5LdrVXXA](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?F7UthBTEFYc4uyjVe4x70pzU92M-nnl-ojvZWwWgg-gIjRDqvRQaPMgxojtk3lfiDrCaE0z-4GBI5LdrVXXA)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.006519/2001-63**. Vol. 17. Repte: Fenabrave. Repda: Volkswagen do Brasil. Conselheiro Relator Luis Fernando Rigato Vasconcellos. Parecer da ProCade, 10 jun. 2008. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?tyB-nw2sQsOe9nebm70\\_CAU5aelClzAV9LyIPZ4JVlBm2Lraydf9Ls9Kw5FDmj6Z9C6hTGUSffQC4q94Ng81hg,](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?tyB-nw2sQsOe9nebm70_CAU5aelClzAV9LyIPZ4JVlBm2Lraydf9Ls9Kw5FDmj6Z9C6hTGUSffQC4q94Ng81hg,)>. Acesso em: 17 jul. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08012.011853/2008-13**. Repte: Ministério Público - RS. Repda: Coletare Serviços Ltda e Outros. Vol.34. 2015b. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?Pdgo\\_AKglBoZqHv9MEqXubm2oYsi53ca8JCoLFM7XYU1TaNngwkGyUMSiwCkxbdET3FhoURoNX7FGdY1Tn1g](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?Pdgo_AKglBoZqHv9MEqXubm2oYsi53ca8JCoLFM7XYU1TaNngwkGyUMSiwCkxbdET3FhoURoNX7FGdY1Tn1g)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo Administrativo nº 08700.004629/2015-38**. Repte: CADE. Repdos: Affinia Automotiva Ltda. e outros. Procedimento Administrativo. [Acesso restrito] Suposta prática de condutas anticompetitivas no mercado nacional de amortecedores dianteiros e traseiros para o setor

automobilístico. Instauração de Processo Administrativo, nos termos dos artigos 13, V, e 69 e seguintes, da Lei nº 12.529/11 c/c artigo 146 e seguintes do Regimento Interno do Cade.

2015c. Disponível em:

<[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?brwJvJaYc\\_ZdX2jL8D4u\\_Q7OzfVL1snf18jYXJRaQgqx1YqXZmO3LrTt5bnfj3cw86CZiNnet1qgyM2k1RhXXg](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?brwJvJaYc_ZdX2jL8D4u_Q7OzfVL1snf18jYXJRaQgqx1YqXZmO3LrTt5bnfj3cw86CZiNnet1qgyM2k1RhXXg)>. Acesso em: 10 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Processo**

**Administrativo nº 08700.005789/2014-13**. Repte: CADE ex-officio. Repda: Cerâmicas e velas de ignição NGK do Brasil, NGK Spark Plug CO, Robert Bosch GMBH e outros. Data de Registro: 23/07/2014. Última movimentação: 23 nov. 2016k. Disponível em:

<[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?R7bw81nL8uMZ4hK7Zzn5V6eEO9dW9cpeVwnagpSMKxUHTdfxjZotoWfElhCnpB5PRokNPtDlvbe-VNGN48jVZA](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?R7bw81nL8uMZ4hK7Zzn5V6eEO9dW9cpeVwnagpSMKxUHTdfxjZotoWfElhCnpB5PRokNPtDlvbe-VNGN48jVZA)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). Resolução nº 20, de 9 de junho de 1999. Dispõe, de forma complementar, sobre o processo administrativo, nos termos do art. 51 da Lei 8.884/94 (Revogada parcialmente pela Resolução nº 45). **Diário**

**Oficial da União**, 28 jun. 1999. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/assuntos/normas-e-legislacao/resolucao/resolucao-no-20-de-9-de-junho-de-1999.pdf/view>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

DEPARTAMENTO DE PESQUISAS E ESTUDOS ECONÔMICOS DO BRADESCO (DEPEC). **Autopeças**. mar. 2017. Disponível em:

<[https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset\\_autopecas.pdf](https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_autopecas.pdf)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

EUROPEAN COMMISSION. Press release. **Antitrust**: Commission fines car parts producers € 137 789 000 in cartel Settlement. Brussels, January 27, 2016. Disponível em:

<[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-173\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-173_en.htm)>. Acesso em: 25 jul. 2017.

FÁBIO, André Cabette. Fim da inspeção veicular em São Paulo Traz prejuízos a donos de oficina. **Folha de São Paulo Website**, 2 fev. 2015. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/02/1583775-fim-da-inspecao-veicular-em-sao-paulo-traz-prejuizos-a-donos-de-oficina.shtml>>. Acesso em: 1º maio 2017.

FARIA, Jefferson Assis de. **Six Sigma (pricing)**: diagnóstico e análise de proposta de melhoria no processo de formação do preço de venda em um fornecedor da indústria automobilística. 86 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria Empresarial). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2014. Disponível em:

<<http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/950/1/Jefferson%20Assis%20de%20Faria.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

FERNANDA. Scanner automotivo: o que é? Para que serve? Saiba aqui! **Webcarros website**, 18 dez. 2016. Disponível em: <<http://www.webcarros.org/problemas-no-veiculo/scanner-automotivo/>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

FERREIRA, Tatiana Coutinho. **Condutas anticoncorrenciais relacionadas à propriedade industrial**. 2012. 153 f. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) – Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo. Disponível em:

<[http://up.mackenzie.br/fileadmin/user\\_upload/\\_imported/fileadmin/Graduacao/FDir/2013-2/Tatiana\\_Coutinho\\_Ferreira.pdf](http://up.mackenzie.br/fileadmin/user_upload/_imported/fileadmin/Graduacao/FDir/2013-2/Tatiana_Coutinho_Ferreira.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2017.

FIGIEFA. Fédération Internationale des Grossistes, Importateurs & Exportateurs en Fournitures Automobiles / International Federation of Automotive Distributors (FIGIEFA). **Website**. s/d. Disponível em: <<http://www.figiefa.eu/>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

FONSECA, João Bosco Leopoldino da. Capítulo 1: O Cartel. In: FONSECA, João Bosco Leopoldino da (Org.). **O cartel**: doutrina e estudos de casos. Belo Horizonte: Mandamentos, 2008. p. 15-80.

FORGIONI, Paula. **Os fundamentos do antitruste**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

GEARINO, Dan. Massive price-fixing among auto-parts manufacturers hurt U.S. car buyers. **The Columbus Dispatch**, News, March 22, 2015. Disponível em: <<http://www.dispatch.com/news/20150322/massive-price-fixing-among-auto-parts-manufacturers-hurt-us-car-buyers>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

GIANNOCCARO, Eliana. O sucesso do reparador é o nosso sucesso. **Entrevista ao site O Mecânico**, 8 jul. 2015. Disponível em: <<http://omecanico.com.br/o-sucesso-do-reparador-e-o-nosso-sucesso/>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

GLÓRIA, Daniel Firmato de Almeida. Restrições verticais no Direito da Concorrência: estudo de casos à luz da regra da razão e do ilícito per se nos Estados Unidos e na União Europeia. **Revista Meritum**, v. 5, n. 2, p. 405-430, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/meritum/article/view/1063/756>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

GOLDBAUM, Sergio. **Restrições Verticais no Setor Automotivo**: barreiras à entrada de novos concessionários. Tese (Doutorado em Economia de Empresas). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4631/74621.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

GRANDE, Márcia Mazzeo. **A distribuição de automóveis novos em mudança?** Estudo a partir de *survey* e pesquisa qualitativa em concessionárias. 155 f. Tese (Doutorado em Engenharia) – Departamento de Engenharia de Produção, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-30052005-225327/publico/TeseMarcia.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

GRAU, Eros Roberto. **Parecer sobre consulta feita pela ANFAPE**. 24 nov. 2016. Disponível em: <[http://www.anfape.org.br/imagens/Parecer%20-%20Eros%20Roberto%20Grau%20\(1\).pdf](http://www.anfape.org.br/imagens/Parecer%20-%20Eros%20Roberto%20Grau%20(1).pdf)>. Acesso em: 28 mar. 2017.

GRAU-KUNTZ, Karin. O desenho industrial como instrumento de controle econômico do mercado secundário de peças de reposição de automóveis: uma análise crítica à recente decisão da Secretaria de Direito Econômico (SDE). **Revista Eletrônica do IBPI**, São Paulo, v. 46, n. 145, p. 148–184, jan./mar. 2007a. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiq\\_aO57ZPVAhXBHpAKHWV0CRUQFggjMAA&url=https%3A%2F%](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiq_aO57ZPVAhXBHpAKHWV0CRUQFggjMAA&url=https%3A%2F%2F)>

2Fibpieuropa.org%2F%3Fmedia\_dl%3D327&usg=AFQjCNFUfp6OnkGDsrw3KH2YereeZ5XblA>. Acesso em: 12 mar. 2017.

GRAU-KUNTZ, Karin. Sobre a disputa pelo mercado de reposição de peças para automóveis. **Cruzeiro/Newmarc Propriedade Intelectual**. 2007b. Disponível em: <<http://www.newmarc.com.br/novo/pt/visualizarArtigo.asp?id=35>>. Acesso em: 12 abr. 2014.

GRAU-KUNTZ, Karin. Sobre o desenho industrial e a proteção das peças de reposição de automóveis. **Migalhas**, 30 jul. 2009. Disponível em: <[http://www.migalhas.com.br/mostra\\_noticia\\_articuladas.aspx?cod=89666](http://www.migalhas.com.br/mostra_noticia_articuladas.aspx?cod=89666)>. Acesso em: 12 abr. 2014.

HAMMOND, Scott D. **International developments in anti-cartel enforcement**. March 2015. Disponível em: <[http://www.nysba.org/Sections/International/Events/2015/Zurich\\_Regional\\_Meeting/Course\\_book/Thursday\\_-\\_Antitrust/Scott\\_Hammond\\_powerpoint\\_presentation.html](http://www.nysba.org/Sections/International/Events/2015/Zurich_Regional_Meeting/Course_book/Thursday_-_Antitrust/Scott_Hammond_powerpoint_presentation.html)>. Acesso em: 31 jan. 2017.

HAWKER, Norman. The Automobile Aftermarket: crash parts, design patents, and the escape from competition. **The American Antitrust Institute**, March 22, 2010. Disponível em: <[http://www.antitrustinstitute.org/sites/default/files/aa%20collision%20repair%20parts%20commentary\\_032220101350.pdf](http://www.antitrustinstitute.org/sites/default/files/aa%20collision%20repair%20parts%20commentary_032220101350.pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2014.

HITTINGER, Carl. A History of American Monopolists: Remembering One's Non-Monopoly Roots. **Antitrust Advocates**, Articles, October 15, 2014. Disponível em: <<https://www.antitrustadvocate.com/2014/10/15/a-history-of-american-monopolists-remembering-ones-non-monopoly-roots/>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

HOERTEL, Marcelo Callegari. **Análise econômica e jurídica da adoção de acordos de exclusividade entre fabricantes e revendedores**. 212 f. Dissertação (Mestrado em Economia). Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4555/000457614.pdf;sequence=1>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

HOVENKAMP, Herbert. **Economics and Federal Antitrust Law**. St. Paul: West Publ. Co., 1985.

HOVENKAMP, Herbert. **Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and its Practice**. 5<sup>th</sup> ed. St. Paul: West Academy Publishing, 2016. (Hornbook Series).

HUETTER, John. Aftermarket PARTS Act Reintroduced in Congress would limit OEM auto body design patents. **RDN Repairer Driven News**, Feb. 26 2015. Disponível em: <<http://www.repairerdrivennews.com/2015/02/26/aftermarket-parts-act-reintroduced-in-congress-would-limit-oem-auto-body-design-patents/>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

IDADE média de carros nos EUA sobre para 11,5 anos, maior que no Brasil. **Portal G1**, Carros, Notícia, 30 jul. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2015/07/idade-media-dos-carros-nos-eua-sobe-para-115-anos.html>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

INSTITUTO DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL (IEDI). **Veículos e autopeças: o dinamismo do mercado interno e as importações**. Ago. 2011.

Disponível em: <<http://retaguarda.iedi.org.br/midias/artigos/4e7ba1507ec66deb.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **A propriedade intelectual e o comércio exterior**: conhecendo oportunidades para seu negócio. s/d.

Disponível em:

<[http://www.inpi.gov.br/sobre/arquivos/pi\\_e\\_comercio\\_exterior\\_inpi\\_e\\_apex.pdf](http://www.inpi.gov.br/sobre/arquivos/pi_e_comercio_exterior_inpi_e_apex.pdf)>. Acesso em: 28 jul. 2017.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Programa de computador** – mais informações. 26 abr. 2016. Disponível em:

<<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/programa-de-computador/guia-completo-de-programa-de-computador>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

KINSELLA, Stephan. **Contra a propriedade intelectual**. São Paulo: Instituto Ludwig Von Mises Brasil, 2010.

LALLI, Fernando. Tecnologia para diagnósticos. **O Mecânico Website**, 20 ago. 2015.

Disponível em: <<http://omecanico.com.br/tecnologia-para-diagnostics/>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

LARA, Fabiano Teodoro de Rezende. Análise Econômica da Propriedade Intelectual. In: TIMM, Luciano Benetti (Org.). **Direito e Economia no Brasil**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 357-381.

LILLA, Paulo Eduardo. **Propriedade intelectual e Direito da Concorrência** – Uma abordagem sobre a perspectiva do Acordo TRIPS. São Paulo: Quartier Latin, 2014.

LUEDEMANN, Marta da Silveira. **Transformações na indústria automobilísticas mundial**: o caso do complexo automotivo no Brasil – 1990-2002. 321 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2003. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-29741-11-julho-1951-336144-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

MARQUES, André; LIMA, Bruno Castanho de; FRANQUEIRA, Caio César; ONODERA, Edisom Iuji. **Assimetria da informação e falhas de mercado**. FATEC, 2012. Disponível em: <<https://efinfatecsor.files.wordpress.com/2012/11/informaccca7acc83o-assimecc81trica-e-falhas-de-mercado.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

MARTINS, Diogo Lucas; SILVA, Leandro Novais e. O caso ANFAPE: o que nos diz a experiência internacional. **Revista de Defesa da Concorrência**, v. 5, n. 1, p. 105-144, maio 2017. Disponível em:

<<http://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrenca/article/view/316/155>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

MARTINS, Ives Gandra da Silva. **Inteligência da Lei nº 6.729/79 (Lei Ferrari), quando há convenção de categoria, mas não há convenção de marca**. 27/09/2012. Disponível em:

<<http://www.gandramartins.adv.br/project/ives-gandra/public/uploads/2014/10/22/5b6ab51076112p.doc>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

MELO, Renato Dolabella. Defesa da concorrência: o exercício dos direitos de desenho industrial sob a ótica da Lei 8.884/94 (O Caso das Autopeças). **Revista do IBRAC**, v. 15, p. 141-162, 2008.

MELO, Renato Dolabella. **Patentes e desenhos industriais**: instrumentos legais para coibir os abusos. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2011.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Secretaria de Acompanhamento Econômico. **Nota Técnica nº 21/2012/COGUN/SEAE/MF**, de 13 abr. 2012. Disponível em: <[http://www.seae.fazenda.gov.br/assuntos/advocacia-da-concorrenca/notas-tecnicas/2012/notas-tecnicas-2012/Nota%20Tecnica%20no%2021-2012\\_Mercado%20de%20automoveis.pdf](http://www.seae.fazenda.gov.br/assuntos/advocacia-da-concorrenca/notas-tecnicas/2012/notas-tecnicas-2012/Nota%20Tecnica%20no%2021-2012_Mercado%20de%20automoveis.pdf)>. Acesso em: 23 jul. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E CIDADANIA; MINISTÉRIO DAS CIDADES. **Boletim de Recall – Veículos**. 2016. Disponível em: <<http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.002673/2007-51**. Repte: Anfape. Repdas: Volkswagen e outras. Vol. 9. Última movimentação: 10 set. 2007. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?jAgMs7pdFh1ArTVcpTbSaQwxClCeJsSvp99YLefeRtXWESIMHtssgMyN2m0k-m8FSTd76\\_qGpDlbFM6HfusGQ](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?jAgMs7pdFh1ArTVcpTbSaQwxClCeJsSvp99YLefeRtXWESIMHtssgMyN2m0k-m8FSTd76_qGpDlbFM6HfusGQ)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.010848/2005-32**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda.: Fiat Automóveis S.A. J.: 16 mar. 2009a. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/a4b1ee54a4a4853d578f64b5f5762f0b.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Portaria Conjunta SEAE/SDE nº 50, de 1º de agosto de 2001. **Diário Oficial da União**, 17 ago. 2001. Disponível em: <[http://www.cade.gov.br/assuntos/normas-e-legislacao/portarias/2001portariaconjunta50-1\\_guia\\_para\\_analise\\_economica\\_de\\_atos\\_de\\_concentracao.pdf/@@download/file/2001portariaConjunta50-1\\_guia\\_para\\_analise\\_economica\\_de\\_atos\\_de\\_concentracao.pdf](http://www.cade.gov.br/assuntos/normas-e-legislacao/portarias/2001portariaconjunta50-1_guia_para_analise_economica_de_atos_de_concentracao.pdf/@@download/file/2001portariaConjunta50-1_guia_para_analise_economica_de_atos_de_concentracao.pdf)>. Acesso em: 13 jul. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Processo Administrativo nº 08000.015337/97-48**. Representadas: CSN, USUMINAS e COSIPA. Cartel no aumento dos preços dos derivados de “Aço Plano Comum”. IV Volume. Última movimentação: 4 ago. 2015. Disponível em: <[http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento\\_consulta\\_externa.php?heG-PD8ovdXE08AltySTvMz9rzt0HPAb4W0lLf--t2FgOKZaOLVX8Zkt3YWzJqz76Clk5-8a0u917LN7vRvDmQ](http://sei.cade.gov.br/sei/institucional/pesquisa/documento_consulta_externa.php?heG-PD8ovdXE08AltySTvMz9rzt0HPAb4W0lLf--t2FgOKZaOLVX8Zkt3YWzJqz76Clk5-8a0u917LN7vRvDmQ)>. Acesso em: 10 maio 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.002673/2007-51**. Repte: Associação Nacional de Fabricantes de Autopeças - Anfape. Repdos: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotivos Ltda, Fiat Automóveis S.A. e Ford Motor Company Brasil Ltda. Rel.: Cons. Carlos Emmanuel Joppert Ragazzo. J.: 15/12/2010. Disponível em:



<<http://www.anfape.org.br/imagens/Voto-Conselheiro-Carlos-E-J-Ragazzo15-12-10.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.005818/2004-23**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda: Renaut do Brasil S.A. J.: 16 mar. 2009a. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/e1f922d24ff117f8e1a298b47179fdbc.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.010847/2005-98**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda: Mercedes Benz do Brasil Ltda. (atual denominação de DaimlerChrysler do Brasil Ltda.). J.: 16 maio 2009b. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/d4affc375c2bf600dab60f4966669dc5.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.010848/2005-32**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda.: Fiat Automóveis S.A. J.: 16 mar. 2009c. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/a4b1ee54a4a4853d578f64b5f5762f0b.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.010850/2005-10**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda.: Honda Automóveis do Brasil Ltda. J.: 16 mar. 2009d. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/10dfdea9ed0faba42765e29c6cc067d5.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.010851/2005-56**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda: Peugeot Citroën do Brasil Automóveis S.A. J.: 16 mar. 2009e. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/589d0b408d648ff895c188a983accedc.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria de Direito Econômico. Departamento de Proteção e Direito Econômico. **Averiguação Preliminar nº 08012.010852/2005-09**. Repte: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repda: Toyota do Brasil Ltda. J.: 16 mar. 2009f. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/1633bd944fcb14c0f428c5d9484911a5.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL. Cuidados ao procurar assistência técnica após o término da garantia. **MPMS Website**, 2 jun. 2016. Disponível em: <<https://www.mpms.mp.br/noticias/2016/06/cuidados-ao-procurar-assistencia-tenica-aps-o-trmino-da-garantia>>. Acesso em: 30 abr. 2017

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. 3ª Câmara de Coordenação e Revisão Consumidor e Ordem Econômica. Nota Técnica nº 44/2013. Preços altos de veículos no Brasil. Brasília,

20/07/2013. In: \_\_\_\_\_. **Ofício nº 349/2103/3ª Câmara**. Brasília, 30/07/2013. Disponível em: <[http://noticias.pgr.mp.br/noticias/noticias-do-site/copy\\_of\\_pdfs/OF\\_349\\_Casa%20Civil%20Lei%20Ferrari.pdf](http://noticias.pgr.mp.br/noticias/noticias-do-site/copy_of_pdfs/OF_349_Casa%20Civil%20Lei%20Ferrari.pdf)>. Acesso em: 20 jan. 2017.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Parecer n. 50/2009 – GAB/AAREAS/CADE**. Averiguação Preliminar n. 08012.010849/2005-87. Repte.: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Repdo.: General Motors do Brasil Ltda. Rel.: Cons. Paulo Furquim de Azevedo. Repte.: Augusto Aras. Par.: 27 maio 2009. Disponível em: <<http://anexos.radaroficial.com.br/659fd1bdd8a56a7971d6c093b4465ce6.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

NUNES, Wesley; MARTINS, Cléa. Relacionamento: o segredo do sucesso. **Revista Mercado Automotivo**, 228. ed., dez. 2013a. Disponível em: <<http://www.revistamercadoautomotivo.com.br/Velho-vilao/648/r/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

NUNES, Wesley; MARTINS, Cléa. Velho vilão. **Revista Mercado Automotivo**, 228. ed., dez. 2013b. Disponível em: <<http://www.revistamercadoautomotivo.com.br/Velho-vilao/648/r/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

O AFTERMARKET do amanhã e a influência de novas tecnologias. **Carro 100%, Moto 100%, Caminhão 100% Website**, 18 out. 2016. Disponível em: <<http://carro100.com.br/imprensa/releases/o-aftermarket-do-amanha-e-influencia-de-novas-tecnologias/>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

MERCADO: 121 mil oficinas no Brasil. **Clube das Oficinas Website**, maio 2015. Disponível em: <<http://clubedasoficinas.com.br/2015/05/mercado-121-mil-oficinas-no-brasil/>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de; SANTOS, Paulo Márcio Reis. O cartel na perspectiva da teoria dos jogos: cooperar ou não cooperar? **RJLB**, ano 1, n. 5, p. 43-65, 2015. Disponível em: <[http://www.cidp.pt/publicacoes/revistas/rjlb/2015/5/2015\\_05\\_0043\\_0065.pdf](http://www.cidp.pt/publicacoes/revistas/rjlb/2015/5/2015_05_0043_0065.pdf)>. Acesso em: 23 fev. 2017.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de. Decisão inédita do CADE multa empresas e pessoas físicas em 3,1 bilhões de reais. **Melo Campos Advogados Website**, 2 jun. 2014. Disponível em: <<http://melocampos.planb.net.br/artigo/decisao-inedita-do-cade-multa-presas-e-pessoas-fisicas-em-31-bilhoes-de-reais/>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

OLIVEIRA, Gesner; PRADO, Lucas; SCAZUFCA, Pedro. Aspectos concorrenciais do mercado de peças de reposição de automóveis. **Migalhas**, 9 jun. 2009. Disponível em: <[http://www.migalhas.com.br/arquivo\\_artigo/art20090928-03.pdf](http://www.migalhas.com.br/arquivo_artigo/art20090928-03.pdf)>. Acesso em: 31 mar. 2017.

OLIVEIRA, Gesner; RODAS, João Grandino. **Direito e Economia da Concorrência**. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Cartéis – Seus Danos e Punições efetivas**. Síntese. 2002. Disponível em: <[www.oecd.org/dataoecd/11/32/1935129.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/11/32/1935129.pdf)>. Acesso em: 13 jul. 2017.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OECD). **Diretrizes**. Versão 3.0. 2016. (Guia para avaliação de concorrência; 2). Disponível em: <<https://www.oecd.org/daf/competition/49418818.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

PEREIRA FILHO, Venício Branquinho. **O direito antitruste e o direito da propriedade intelectual**: a ilicitude concorrencial da conduta unilateral excludente. 120 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2016.

PEREIRA NETO, Caio Mario; CASAGRANDE, Paulo Leonardo. **Direito Concorrencial**. São Paulo: Saraiva, 2016. (Coleção Direito Econômico / coordenador Fernando Herrer Aguillar)

PEREIRA, Marcos Antonio Borges. **A responsabilidade subsidiária das concessionárias de veículos**. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-graduação *lato sensu* em Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil) – Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <[http://www.emerj.tjrj.jus.br/paginas/rcursodeespecializacao\\_latosensu/direito\\_do\\_consumidor\\_e\\_responsabilidade\\_civil/edicoes/n1novembro2012/pdf/MarcosAntonioPereira.pdf](http://www.emerj.tjrj.jus.br/paginas/rcursodeespecializacao_latosensu/direito_do_consumidor_e_responsabilidade_civil/edicoes/n1novembro2012/pdf/MarcosAntonioPereira.pdf)>. Acesso em: 30 abr. 2017.

PIMENTA, Luiz José. **Análise da concorrência e sua influência na taxa de lucro da rede de concessionárias de automóveis**. Salvador, 2007. Disponível em: <[http://www.peresjunioradvocacia.com.br/site/docs/analise\\_oncorrencia\\_artigo\\_luiz\\_Pimenta.pdf](http://www.peresjunioradvocacia.com.br/site/docs/analise_oncorrencia_artigo_luiz_Pimenta.pdf)>. Acesso em: 10 maio 2017.

PIMENTA, Luiz José. **Concorrência e lucro no mercado automotivo**. Livro digital, 2012.

PINTO, Geraldo Augusto. A reestruturação produtiva no setor de autopeças brasileiro. **Anais do XI Congresso Brasileiro de Sociologia**, Campinas, 1-3 set. 2003, p. 1-23, UNICAMP. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjX1PegmafSAhUHDpAKHaAeDBkQFgghMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.sbsociologia.com.br%2Fportal%2Findex.php%3Foption%3Dcom\\_docman%26task%3Ddoc\\_download%26gid%3D1431%26Itemid%3D171&usg=AFQjCNGauwAAMYYZMLoY9zDDVyZ3TofQMg&sig2=DCA3ZxcS2WJFUJkCN2-bjQ&bvm=bv.147448319,d.Y2I](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjX1PegmafSAhUHDpAKHaAeDBkQFgghMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.sbsociologia.com.br%2Fportal%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D1431%26Itemid%3D171&usg=AFQjCNGauwAAMYYZMLoY9zDDVyZ3TofQMg&sig2=DCA3ZxcS2WJFUJkCN2-bjQ&bvm=bv.147448319,d.Y2I)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot. **Contribuições ao Estudo do Direito Internacional da Propriedade Intelectual na Era Pós-Organização Mundial do Comércio**: Fronteiras de Proteção, Composição do Equilíbrio e Expansão do Domínio Público. 518 f. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, 2010. Disponível em: <[http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2135/tde-29082011-115009/publico/F\\_Polido\\_Tese\\_de\\_Doutorado\\_texto\\_integral\\_rev\\_final.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2135/tde-29082011-115009/publico/F_Polido_Tese_de_Doutorado_texto_integral_rev_final.pdf)>. Acesso em: 24 mar. 2017.

POSSAS, Mario Luiz. Os conceitos de mercado relevante e de poder de mercado no âmbito da defesa da concorrência. **Revista do IBRAC**, São Paulo, v. 3, n. 5, p. 82-102, maio 1996. Disponível em: <[http://www.ie.ufrj.br/grc/pdfs/os\\_conceitos\\_de\\_mercado\\_relevante\\_e\\_de\\_poder\\_de\\_mercado.pdf](http://www.ie.ufrj.br/grc/pdfs/os_conceitos_de_mercado_relevante_e_de_poder_de_mercado.pdf)>. Acesso em: 13 jul. 2017.

PROCON. Chery Brasil assina TAC com MP. **Procon Website**, 28 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/noticia.asp?id=3862>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA (PGR). 3ª Câmara do MPF cita dez razões para Casa Civil revogar Lei Ferrari. **PGR Website**, 14 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr/3a-camara-do-mpf-cita-dez-raoes-para-a-casa-civil-revogar-a-lei-ferrari>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

PROGRAMA carro 100%, caminhão 100% e moto 100%. **O que é o programa carro 100, caminhão 100 e moto 100**. s/d. Disponível em: <<http://carro100.com.br/institucional/o-que-e-o-programa-carro-100-caminhao-100-e-moto-100/>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

PUCHS, Karin. Modelos de negócios no varejo de autopeças. **Jornal Balcão Automotivo**, ano x, n. 110, p. 14-20, nov. 2015. Disponível em: <<http://www.balcaoautomotivo.com.br/edicoes/edicao-110>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

QUALITY PARTS COALITION. **Patent Change Brochure**. April 2013. Disponível em: <[http://www.keepautopartsaffordable.org/quality\\_parts/Patent\\_Change\\_Brochure\\_April%2013.pdf](http://www.keepautopartsaffordable.org/quality_parts/Patent_Change_Brochure_April%2013.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2017.

QUALITY PARTS COALITION. **Press Release**, April 4, 2017. Disponível em: <<http://www.keepautopartsaffordable.org/sites/default/files/QPC%20PARTS%20Act%20press%20release%202017.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. Autorité de la Concurrence. **Avis n° 12-A-21 du 8 octobre 2012**. Relatif au fonctionnement concurrentiel des secteurs de la réparation et de l'entretien de véhicules et de la fabrication et de la distribution de pièces de rechange. Disponível em: <<http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/12a21.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

RIBEIRO, Elisa Silva A.; ROLIM, Maria João C.P. A propriedade intelectual e a defesa da concorrência: Novo parâmetro ou indefinição da interpretação: A análise do julgamento da Microsoft na questão da interoperabilidade. In: BRAGA, Rodrigo Bernardes; TIMM, Luciano Benetti (Orgs.). **Propriedade intelectual**. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2011. p. 1-16.

ROSENBERG, Bárbara. Considerações sobre direito da concorrência e os direitos de propriedade intelectual. In: ZANOTTA, Pedro; BRANCHER, Paulo (Orgs.). **Desafios atuais do direito da concorrência**. São Paulo: Singular, 2008. p. 169-189.

SAIBA a importância dos Scanners para sua oficina. **Canal da Peça**, 30 maio 2016. Disponível em: <<http://blog.canaldapeca.com.br/2016/05/30/scanners-para-sua-oficina/>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Direito concorrencial** – as condutas. São Paulo: Malheiros Editores, 2003.

SANTOS, Angela Maria Medeiros Martins; PINHÃO, Caio Márcio Ávila. PANORAMA GERAL DO SETOR DE AUTOPEÇAS. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 71-86, mar. 2000. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3067/1/BS%2011%20Panorama%20Geral%20do%20Setor%20de%20Autope%C3%A7as\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3067/1/BS%2011%20Panorama%20Geral%20do%20Setor%20de%20Autope%C3%A7as_P.pdf)>. Acesso em: 28 jan. 2017.

SANTOS, Paulo Márcio Reis. Análise do cartel das produtoras de papelões na comunidade europeia. In: FONSECA, João Bosco Leopoldino da (Org.). **O cartel**: doutrina e estudos de casos. Belo Horizonte: Mandamentos, 2008. p. 145-178.

SANTOS, Paulo Márcio Reis; OLIVEIRA, Amanda Flávio de. O cartel na perspectiva da teoria dos jogos: cooperar ou não cooperar? In: LARA, Fabiano Teodoro de Rezende; FERREIRA, Gustavo Assed; VIEIRA, Susana Camargo (Coords.). **Direito, economia e desenvolvimento sustentável**. CONPEDI. Florianópolis: CONPEDI, 2015. p. 490.

Disponível

em:<<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/66fsl345/ki9ipk3k/yJ8bBY19dtOV0LaL.pdf>>. Acesso em: 3 mar. 2017.

SANTOS, Raildo Almeida dos; MONTEIRO, Augusto de Oliveira; CERQUEIRA, Lucas Santos. Estratégia e competitividade no varejo de autopeças na cidade de Salvador. In: SIMPÓSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA (SEGeT), 9., 2012, Resende/RJ. **Anais eletrônicos...** Resende/RJ: 24-26 out. 2012. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/56416696.pdf>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

SÃO PAULO. CPI Sobre a cartelização do mercado de autopeças de reposição. **Diário Oficial do Estado de São Paulo**, São Paulo, v. 123, n. 231, 10 dez. 2013. Disponível em: <<http://www.sindifupi.org.br/webapps/imagefile/arquivos/relatorio%20cpi%20auto%20pe%C3%A7as.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

SATOMI, Lilian; RODRIGUES, Vivianne. A indústria de autopeças. **Panorama setorial da Gazeta Mercantil**, São Paulo, Gazeta Mercantil Informações Eletrônicas, v. 3, abr. 1997.

SEBRAE analisa oficinas mecânicas e confirma potencial do mercado de reposição. **Novo Varejo Website**, s/d. Disponível em: <<http://novovarejo.com.br/sebrae-analisa-oficinas-mecanicas-e-confirma-potencial-do-mercado-de-reposicao/>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

SEBRAE. Metal Mecânico. **Boletim de inteligência**, dez. 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/960e4477c82d8031c7f345a349cc1b7c/\\$File/5847.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/960e4477c82d8031c7f345a349cc1b7c/$File/5847.pdf)>. Acesso em: 31 jan. 2017.

SILVA, Alberto Luís Camelier da. **Desenho Industrial**: abuso de direito no mercado de reposição. São Paulo: Saraiva, 2014.

SILVA, Leandro Novais e. Propriedade Intelectual e Direito Antitruste: a velha e a nova economia em disputa, **2o Curso de Introdução ao Direito Americano: Fundamental of US Law Course**, Brasília, EAGU, ano IV, n. 16, v. 2, p. 143-170, abr. 2012. Disponível em: <<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWVpbnxkaXJlaXRvZWVnbm9taWNvdHVybWFzY2VkfGd4OjE2YmExZGI1ZTRkYWZmYjg>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

SILVA, Luiz Eduardo Vidigal Lopes da. **Contrato típico de concessão comercial**: sugestão de inserção de cláusula escalonada de mediação e arbitragem nas convenções de marca para solução de conflitos entre concessionários: um passo adiante nas disputas dos distribuidores. 82 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Escola de Direito de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas (FGV), São Paulo, 2015. Disponível em:

<[http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/14248/LOPES\\_DA\\_SILVA\\_C](http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/14248/LOPES_DA_SILVA_C)

ontrato%20t%C3%ADpico%20de%20concess%C3%A3o%20comercial-VF\_deposito.pdf?sequence=5>. Acesso em: 23 jul. 2017.

SILVEIRA, Newton. O abuso das montadoras face às fabricantes independentes de autopeças. Partes isoladas do desenho industrial de um produto seguem sendo um desenho industrial? **Revista Eletrônica do IBPI- Instituto Brasileiro de Propriedade Intelectual**. [Online]. São Paulo, Edição Especial – Sobre a questão das peças de reposição must-match, p. 83-117, jan. 2010. Disponível em: <<http://ibpibrasil.org/ojs/index.php/Revel/article/download/20/20>>. Acesso em: 12 mar. 2014.

SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS. **Desempenho do Setor de Autopeças 2016**. 2016a. Disponível em: <<http://www.virapagina.com.br/sindipecas2016/>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS. **Por dentro do setor**. 2017. Disponível em: <<http://www.sindipecas.org.br/noticias/detalhes.php?a=economia&cod=184>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS. **Relatório da Frota Circulante de 2016**. 2016b. Disponível em: <[http://www.sindipecas.org.br/sindinews/Economia/2016/RFC\\_2016.pdf](http://www.sindipecas.org.br/sindinews/Economia/2016/RFC_2016.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SINDIPEÇAS; ABIPEÇAS. **Relatório da Pesquisa Conjuntural**. 2016c. Disponível em: <[http://www.automotivebusiness.com.br/abinteligencia/pdf/Sindipe%C3%A7as\\_desempenho\\_abril2016.pdf](http://www.automotivebusiness.com.br/abinteligencia/pdf/Sindipe%C3%A7as_desempenho_abril2016.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SINDIREPA. **Avança processo do Sindirepa-SP para volta de inspeção veicular**. 12 set. 2016. Disponível em: <<http://portaldareparacao.com.br/index.php/2016/09/12/avanca-processo-do-sindirepa-sp-para-volta-de-inspecao-veicular/>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

SLOAN JR., Alfred Pritchard. **Minha vida na General Motors**. Rio de Janeiro: Editorial Record, 1965.

SOUZA, Antônio Artur de *et al.* Análise de viabilidade econômico-financeira para uma empresa varejista de autopeças de pequeno porte associar-se a uma rede de empresas. **Anais do VIII Convibra Administração** – Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2-4 dez. 2011. Disponível em: <[http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm\\_3366.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3366.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

SUPERINTENDÊNCIA do CADE investiga cartel de peças automotivas de reposição. **CADE Website**, Notícias, 29 set. 2016. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/noticias/superintendencia-do-cade-investiga-cartel-de-pecas-automotivas-de-reposicao>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2014/104/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de novembro de 2014. Relativa a certas regras que regem as ações de indemnização no âmbito do direito nacional por infração às disposições do direito da concorrência dos Estados-Membros e da União Europeia **EUR-Lex**, 32014L0104. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0104>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamentos. Regulamento (UE) nº 330/2010 da Comissão, de 20 de abril de 2010, relativo à aplicação do artigo 101.o, n. o 3, do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas (Texto relevante para efeitos do EEE). **Jornal Oficial da União Europeia**, p. 1-7, 23 abr. 2010a. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A32010R0330>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamentos. Regulamento (UE) nº 461/2010 da Comissão, de 27 de maio de 2010, relativo à aplicação do artigo 101.o, n.o 3, do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia a certas categorias de acordos verticais e práticas concertadas no sector dos veículos automóveis. **Jornal Oficial da União Europeia**, p. 52-57, 28 maio 2010b. Disponível em: <[http://www.concorrencia.pt/vPT/A\\_AdC/legislacao/Documents/Europeia/Regulamento\\_UE\\_461\\_2010.pdf](http://www.concorrencia.pt/vPT/A_AdC/legislacao/Documents/Europeia/Regulamento_UE_461_2010.pdf)>. Acesso em: 28 mar. 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamentos. Regulamento (UE) nº 566/2011 da Comissão de 8 de junho de 2011. Altera o Regulamento (CE) nº 715/2007 do Parlamento Europeu e do Conselho e o Regulamento (CE) nº 692/2008 da Comissão no que respeita ao acesso à informação relativa à reparação e manutenção de veículos. **Jornal Oficial da União Europeia**, p. 1-24, 16 jun. 2011. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R0566&from=PT>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

UNIÃO EUROPEIA. **Relatório de Transparência**. s/d. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=69678928900-56&locale=pt>>. Acesso em: 19 abr. 2014.

UNITED STATES OF AMERICA. **Clean Air Act**. [As Amended Through P.L. 108–201, February 24, 2004]. Disponível em: <<http://www.epw.senate.gov/envlaws/cleanair.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2014.

UNITED STATES OF AMERICA. **S. 780**. April, 23, 2013. Disponível em: <<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-113s780is/pdf/BILLS-113s780is.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

VALOR do carro diminui, mas apólices de seguro estão mais caras. **Revista Apólice Website**, 18 dez. 2009. Disponível em: <[http://www.revistaapolice.com.br/2009/12/valor\\_do\\_carro\\_diminui\\_mas\\_apolices\\_de\\_seguro\\_est-o\\_mais\\_caras-2009-12-18-09/](http://www.revistaapolice.com.br/2009/12/valor_do_carro_diminui_mas_apolices_de_seguro_est-o_mais_caras-2009-12-18-09/)>. Acesso em: 29 mar. 2017.

VIEIRA, Robson Nunes. **Justificação do uso da regra *per se* para cartéis graves (*hardcore*) no direito econômico da concorrência brasileiro** (um estudo a partir da experiência norte-americana). 30 f. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2014. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-9XMFS3/robson.pdf?sequence=2>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

VOLKSWAGEN diz que vai pagar multa de US\$ 4,3 bi por fraude nos EUA. **Portal G1, Carros**, Notícia, 10 jan. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2017/01/volkswagen-diz-que-vai-pagar-multa-de-us-43-bi-por-fraude-nos-eua.html>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

WEGNER, Anne C.; OBERHAMMER, Sophie; BERGER, Almuth. Recent Competition Law Developments in the Automotive Industry. **Journal of European Competition Law & Practice**, v. 7, n. 10, p. 696-710, 2016. Disponível em:

<<https://academic.oup.com/jeclap/article-abstract/7/10/696/2664434/Recent-Competition-Law-Developments-in-the?redirectedFrom=fulltext>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

WIENS, Kyle. Forget the cellphone fight – we should be allowed to unlock *everything* we own. **Wired**, Business, March 18, 2013. Disponível em:

<<http://www.wired.com/2013/03/you-dont-own-your-cellphones-or-your-cars/>>. Acesso em: 18 mardecis%. 2017.

WIENS, Kyle. We can't let John Deere destroy the very idea of ownership. **Wired**, Business, April 21, 2015. Disponível em: <<https://www.wired.com/2015/04/dmca-ownership-john-deere/>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

WILLIAMSON, Oliver E. Transaction-Cost Economics: the governance of contractual relations. **The Journal of Law and Economics**, v. 22, n. 2, p. 233-261, Oct. 1979.

Disponível em:

<[https://business.illinois.edu/josephm/BA549\\_Fall%202010/Session%203/Williamson%20\(1979\).pdf](https://business.illinois.edu/josephm/BA549_Fall%202010/Session%203/Williamson%20(1979).pdf)>. Acesso em: 23 jul. 2017.

YAMAMOTO, Cássio Naoto. **Aftermarket na indústria automotiva – China e Índia: ameaça ou oportunidade?** 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Produção Mecânica). Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2008. Disponível em: <[http://www.tcc.sc.usp.br/tce/disponiveis/18/180830/tce-07062010-114658/publico/Yamamoto\\_Cassio\\_Naoto.pdf](http://www.tcc.sc.usp.br/tce/disponiveis/18/180830/tce-07062010-114658/publico/Yamamoto_Cassio_Naoto.pdf)>. Acesso em: 31 jan. 2017.