

**ASPECTOS CONCORRENCIAIS DO
MERCADO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO
DE AUTOMÓVEIS**

JUNHO/2009



SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	BREVE HISTÓRICO DO CASO.....	13
3	CARACTERÍSTICAS DO MERCADO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE AUTOMÓVEIS	15
3.1	O PROBLEMA DA TERMINOLOGIA UTILIZADA PELOS DIFERENTES AGENTES DE MERCADO E SUA POTENCIAL INFLUÊNCIA SOBRE AS AUTORIDADES DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA	15
3.2	A DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE	25
3.2.1	<i>Aspectos gerais dos mercados de fabricação e distribuição de autopeças de reposição</i>	25
3.2.2	<i>Os diversos mercados de autopeças de reposição: segmentação por peças e veículos.....</i>	33
3.2.3	<i>O falso argumento de que a técnica de tunning permitiria às fabricantes independentes se manter no setor de autopeças</i>	39
4	A COMPLEMENTARIDADE ENTRE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL	41
4.1	O ESCOPO DA DEFESA DA CONCORRÊNCIA E DA PROPRIEDADE INTELECTUAL	41
4.2	HÁ CONFLITO ENTRE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E DA PROPRIEDADE INTELECTUAL?	42
4.2.1	<i>Poder de mercado induz inovação?</i>	43
4.2.2	<i>Propriedade intelectual garante poder de mercado?</i>	48
4.3	DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL COMO POLÍTICAS COMPLEMENTARES: A EVIDÊNCIA EMPÍRICA	50
4.3.1	<i>Dados de competição a nível nacional e uso de sistemas de PI.....</i>	50
4.3.2	<i>Resultados.....</i>	53
4.4	CRÍTICA À INTERPRETAÇÃO DA SDE SOBRE COMPLEMENTARIDADE ENTRE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	54
5	POTENCIAL DE ABUSO DE PODER ECONÔMICO EM CASOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E DANOS AO MERCADO CONSUMIDOR.....	56
5.1	A DINÂMICA CONCORRENCEIAL NO MERCADO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO.....	56
5.2	CASOS CONCRETOS – CAPÔ E PÁRA-LAMA DE CARROS POPULARES	62
6	CONCLUSÕES.....	64
7	REFERÊNCIAS.....	68
8	ANEXO – EXERCÍCIO ECONOMÉTRICO: COMPLEMENTARIDADE ENTRE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL	71
8.1	A ESTRATÉGIA EMPÍRICA	71
8.2	RESULTADOS	73



SUMÁRIO DE QUADROS

QUADRO 1 - TRABALHADOR OPERANDO MÁQUINA EM EMPRESA INDEPENDENTE DE FARÓIS	17
QUADRO 2 – OPERAÇÃO DE MÁQUINA EM EMPRESA INDEPENDENTE DE ESTAMPARIA.....	18
QUADRO 3 - EMPRESAS ASSOCIADAS DA ANFAPE POR PERÍODO DE FUNDAÇÃO	18
QUADRO 4 – MOLDES DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA DESENVOLVIDOS POR MEIO DE ENGENHARIA REVERSA	19
QUADRO 5 – MOLDES DE FARÓIS DESENVOLVIDOS POR MEIO DE ENGENHARIA REVERSA	20
QUADRO 6 – PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA EM FABRICAÇÃO	20
QUADRO 7- PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA EM FASE DE PINTURA.....	21
QUADRO 8 – FARÓIS EM FABRICAÇÃO POR EMPRESA INDEPENDENTE	21
QUADRO 9 – PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA EM ESTOQUE E ETIQUETADAS COM SELO DA ANFAPE	22
QUADRO 10 – TERMINOLOGIA DE AUTOPEÇAS CONFORME REGRA DA ABNT.....	23
QUADRO 11 – FABRICANTES DE AUTOPEÇAS POR SEGMENTO	28
QUADRO 12 – DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS POR SEGMENTO	29
QUADRO 13 – FIRMAS AUTORIZADAS E INDEPENDENTES	30
QUADRO 14 – LOJA REVENDEDORA DE AUTOPEÇAS	31
QUADRO 15 – RETROVISORES – PRODUTO DE AUTORIZADA E INDEPENDENTE.....	31
QUADRO 16 – FARÓIS DIANTEIROS – PRODUTO DE AUTORIZADA E INDEPENDENTE.....	32
QUADRO 17 – FARÓIS TRASEIROS – PRODUTO DE AUTORIZADA E INDEPENDENTE.....	32
QUADRO 18 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES PARA AS PEÇAS DO GOL GERAÇÃO III	36
QUADRO 19 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE LANTERNAS TRASEIRAS PARA CARROS DIVERSOS	37
QUADRO 20 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE PÁRA-CHOQUE DIANTEIRO PARA CARROS DIVERSOS	37
QUADRO 21 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE FAROL DIANTEIRO PARA CARROS DIVERSOS....	37
QUADRO 22– PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE PÁRA-LAMAS PARA CARROS DIVERSOS	38
QUADRO 23: INCENTIVOS À INOVAÇÃO NO MONOPÓLIO	45
QUADRO 24: INCENTIVOS PARA INOVAR EM DIFERENTES ESTRUTURAS DE MERCADO	46
QUADRO 25: MÉDIA DOS ÍNDICES DE DIREITO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL POR QUINTIL DO ÍNDICE DE PRÁTICA ANTICOMPETITIVA.....	52
QUADRO 26: DESLOCAMENTO DA OFERTA DEVIDO A UMA RESTRIÇÃO IMPOSTA POR DPI NO MERCADO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO	57
QUADRO 27: ESCOLHA DE PREÇO PELA FIRMA DOMINANTE	59
QUADRO 28: PREÇOS DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO EM MERCADOS COM E SEM DI.....	63
QUADRO 29: ESTATÍSTICAS DESCRIPTIVAS DA AMOSTRA	73
QUADRO 30: EFEITOS MARGINAIS DO MODELO DE PROBIT ORDENADO.....	74



SUMÁRIO EXECUTIVO

O objetivo deste parecer é analisar o efeito das restrições concorrenciais impostas pela concessão de registros de desenho industrial sobre os diversos mercados de peças de reposição de veículos automotores.

Nos últimos anos, tem se tornado cada vez mais frequente, a obtenção de registros de desenho industrial de peças de reposição em nome das montadoras perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (“INPI”). Este direito sobre peças no mercado secundário é contestado pela ANFAPE, associação que congrega fabricantes independentes de peças de reposição destinadas aos distribuidores, centros automotivos e oficinas em geral que atuam de forma independente das montadoras de veículos. Os associados da ANFAPE alegam haver abuso de direito por parte das montadoras, que pretendiam monopolizar o mercado de reposição de peças de veículos automotores, sob o pretexto de defesa de seus registros de desenho industrial.

Essa restrição afeta boa parte das atividades dos atuais fabricantes independentes associados à ANFAPE. De fato, conforme informado pela ANFAPE, muitos de seus associados têm sido notificados, por algumas das principais montadoras de veículos automotores presentes no país, para que observem estritamente os registros de propriedade industrial, i.e., para que deixem de fabricar peças de reposição de forma independente. Em alguns casos, verifica-se a propositura de ações judiciais movidas por essas montadoras contra associados da ANFAPE.

Nesse contexto, a ANFAPE representou perante a Secretaria de Defesa Econômica (“SDE”) contra atos praticados pela Fiat Automóveis S.A. (“Fiat”), Ford Motor Company Ltda. (“Ford”) e a Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotores Ltda. (“Volkswagen”), na defesa de seus registros de desenho industrial, cujo efeito seria o monopolizar os diversos mercados relevantes envolvidos.

A SDE entendeu não haver indícios suficientes de prática contra a ordem econômica e determinou o arquivamento do processo de averiguação preliminar, recorrendo de ofício ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (“CADE”), conforme exige a legislação em



vigor. A questão encontra-se pendente de análise pelo CADE. Vale destacar que a SDE, não apenas determinou o arquivamento da representação da ANFAPE, como remeteu cópia dos autos ao Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, para as providências que esse órgão entender cabíveis.

No entanto, entendemos que a interpretação da SDE deve ser reavaliada devido a sete pontos. Em primeiro lugar, a definição do mercado relevante na dimensão produto deve levar em conta a segmentação deste mercado tanto na dimensão peça quanto na dimensão veículo. Assim, como regra geral, teremos o mercado relevante de faróis esquerdos de Chevrolet Celtas; o mercado relevante de capôs de Ford K; entre outros. Participam do mercado as próprias montadoras, firmas autorizadas e firmas independentes. A definição de apenas um mercado agregado de autopeças de reposição, como proposto pela SDE, constitui equívoco e afeta diretamente os resultados da avaliação concorrencial. Tal agregação mascara a posição dominante das montadoras em diversos mercados de peças de reposição, ocultando o efeito concorrencial negativo da extensão para os mercados secundários dos registros de desenho industrial em casos nos quais ocorre acentuado reforço de posição dominante.

Em segundo lugar, é preciso uma definição precisa do produto peças de reposição no sentido de caracterizar corretamente os agentes deste mercado. A revisão de documentos recentes que trataram do assunto revelou a ausência de definição acurada desse produto, inclusive com a comparação equivocada das empresas do segmento de peças de reposição com “empresas piratas”. De acordo com as normas da ABNT, a correta caracterização seria de peça de reposição ou peça pós-venda, ou seja, aquela que é destinada a substituir a peça de produção original ou peça de reposição original, caracterizada pela sua adequação ou intercambialidade, podendo ou não apresentar as mesmas especificações técnicas, característica de qualidade (por exemplo, material, resistência, tratamento de beneficiamento, desempenho e durabilidade) da peça de produção original. A tentativa de associar os fornecedores de peças independentes a empresas “piratas” constitui absoluta distorção dos fatos.

Na mesma direção, é preciso distinguir entre o mercado formal de peças independentes e segmentos informais. As peças independentes sob exame atendem às normas técnicas



vigentes. Os fabricantes que atuam nesse nicho não praticam pirataria, nem podem ser confundidos com falsificadores, pois não se trata de induzir o consumidor a erro, mas de oferecer um produto genérico, similar. Ironicamente, a tentativa de diminuir a concorrência representada pelos produtores independentes eleva sensivelmente os preços das peças, aumentando o estímulo aos segmentos informais em prejuízo da economia e do consumidor. As restrições geram, além disso, incentivos perversos de aumento da informalidade nos mercados de peças, repercutindo negativamente sobre os índices de furtos e ocorrências de desmanches criminosos.

Em terceiro lugar, o mercado de peças de reposição não deve ser confundido com o mercado de peças *tunning*. Peças *tunning* são aquelas que têm como característica fundamental a diferenciação com relação à peça original do carro. Dessa maneira, o consumidor interessado em peças *tunning* tem por objetivo personalizar o carro com alterações nas rodas, pneus, retrovisores, e diversas outras peças do carro. Assim, as peças *tunning* não fazem parte do mercado relevante de peças de reposição, que por sua vez, atendem basicamente a consumidores que precisam trocar a peça, normalmente danificada em casos de colisão.

Em seu parecer na Averiguação Preliminar aberta por conta da representação da ANFAPE, a SDE apontou que “eventual monopólio sobre determinadas autopeças” não provocaria “a exclusão dos fabricantes independentes do setor de autopeças”, pois seria possível a exploração do nicho de fabricação de peças similares, diferenciadas por meio da técnica conhecida como *tunning*. Isto é um equívoco, pois o fabricante de peças *tunning* utiliza técnicas e processos distintos dos utilizados pelos fabricantes de peças de reposição. Nesse contexto, a produção de peças *tunning* adquire um caráter mais artesanal e artístico, podendo envolver, não raramente, custos muito superiores aos das próprias peças originais. Isso porque se paga, no caso das peças *tunning*, pela diferenciação, personalização do veículo. Já em relação às peças de reposição, deseja-se justamente o contrário, ou seja, que o veículo mantenha os contornos visuais originais.

O parecer da SDE tampouco define corretamente o mercado relevante, cometendo dois erros fundamentais neste raciocínio. Primeiro, confunde produção com distribuição de autopeças.



Segundo, ignora a existência formal de “fabricantes de peças de reposição”, que atuam regularmente como fornecedores de concessionárias e de distribuidores atacadistas.

Em quarto lugar, verificou-se que uma boa aproximação para um determinado mercado de peça de reposição para um veículo específico pode ser a estrutura de firma dominante. Nesta segmentação há uma firma que possui a maior fatia do mercado e uma franja que vende para o restante dos consumidores. No caso em tela, a firma dominante seria a própria montadora, ou uma firma autorizada e a franja representada pelas firmas independentes. Neste tipo de estrutura, a maximização de lucro da firma dominante depende de quanto as firmas menores ofertam dado o preço que a firma dominante escolhe. Assim, caso as firmas menores ficassem proibidas de produzir devido à interpretação de que a proteção de desenho industrial deveria ser estendida ao mercado secundário, o problema de maximização da firma dominante passaria a ser o de uma firma monopolista.

Em quinto lugar, as restrições impostas à oferta de peças de reposição podem causar a diminuição do bem-estar social, a partir de três canais: i) **aumento do preço dos produtos ofertados**; ii) **redução da disponibilidade** desses produtos em mercados específicos (regiões mais distantes dos grandes centros consumidores); e iii) **efeito negativo no mercado de oficinas**, na medida em que o funcionamento de boa parte delas depende do fornecimento de peças produzidas por empresas independentes. Os casos concretos mostram que o preço de produtos autorizados são, em geral, maiores do que os preços dos produtos independentes mesmo no caso dos produtos sem DI. Esta diferença de preços pode ser explicada por alguns fatores como a preferência pela marcas mais consagradas como as autorizadas, ou ainda a vantagem em termos de acessibilidade que as concessionárias (que vendem majoritariamente peças de reposição autorizadas) têm em relação a revendedoras menores (que vendem majoritariamente peças de reposição independentes). No entanto, chama a atenção o caso dos preços de pára-lama e capô de carros populares. A diferença entre o preço dessas peças no caso do Fiesta, que possui DI, e o preço dessas peças fabricadas por firmas independentes para carros populares chega a 282%. Quando se compara o preço das peças independentes com peças de fabricantes autorizadas sem DI, a diferença é menor.



Em sexto lugar, reforçou-se a evidência de complementaridade entre defesa da concorrência e defesa da propriedade intelectual. Os resultados do estudo econométrico indicam que o maior e melhor uso do sistema de patentes e maior capacidade de fazer cumprir os direitos de propriedade intelectual (DPIs) de um país diminuem a probabilidade de suas firmas terem problemas com práticas anticompetitivas. No entanto, é preciso levar às últimas consequências a complementaridade entre as duas áreas. Tratam-se de temas interdependentes e não estanques. O reconhecimento dessa complementaridade implica a impossibilidade de se considerar *a priori* e em abstrato a prevalência do direito de propriedade intelectual sobre a livre concorrência. Não havendo uma preferência legal pré-estabelecida em favor da proteção dos direitos de propriedade intelectual, cabe às autoridades de defesa da concorrência verificar no caso concreto os efeitos desses direitos nos mercados relevantes envolvidos. A existência de um direito de propriedade intelectual legalmente constituído não pode servir de pretexto para, por si só, constranger a concorrência. As defesas da propriedade intelectual e da livre concorrência têm em comum o objetivo de favorecer o bem-estar social. A opção por uma ou por outra no caso concreto, portanto, depende de saber qual delas, no longo prazo, será mais favorável ao bem-estar social. Por fim, em sétimo lugar, considerando os registros industriais de autopeças e seus efeitos nos diversos mercados relevantes no Brasil, é legítima sua aplicação no mercado primário de venda de veículos novos. Já a extensão automática de seus efeitos aos mercados relevantes secundários de reposição de autopeças deve ser analisada com cautela, pois restringe as alternativas de compra do consumidor, gera aumento arbitrário de lucros e reforça a posição dominante das montadoras. Não há evidências de que a extensão dos efeitos do registro industrial ao mercado secundário se faz necessária para assegurar incentivos econômicos à pesquisa e desenvolvimento das montadoras; a proteção no âmbito do mercado primário presume-se suficiente.

Lembre-se, ademais, que a literatura teórica e empírica não sustenta a evidência de um claro conflito entre competição e inovação. Pelo contrário, a competição constitui ingrediente fundamental para induzir o desenvolvimento de novos produtos e processos.

Uma vez adquirido o veículo pelo consumidor, cabe apenas a este último decidir que peças de reposição utilizará, devendo ser devidamente informado acerca das alternativas em termos de características técnicas e de atendimento às normas de segurança e desempenho.



Entender de forma distinta equivaleria a transferir do proprietário do veículo para o fabricante o direito de escolher a melhor maneira de preservar o produto em flagrante desrespeito à soberania do consumidor e especificamente a prerrogativa prevista pelo artigo 21 do Código de Defesa do Consumidor.

Os efeitos líquidos da extensão da proteção dos registros industriais aos mercados secundários de reposição de peças, portanto, mostram-se negativos ao bem-estar social.

Nesse contexto, ao buscar impor os registros industriais nos mercados relevantes secundários de reposição de autopeças, utilizando diferentes formas de constrangimento à concorrência, as montadoras praticam infração econômica nos termos do artigo 20 da Lei Federal nº 8.884/94.



1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste parecer é analisar o efeito das restrições concorrenceis impostas pela concessão de registros de desenho industrial sobre os diversos mercados de peças de reposição de veículos automotores. O entendimento da questão concorrencial exige a consideração de cinco argumentos centrais que são desenvolvidos ao longo do texto.

Em primeiro lugar, a definição de apenas um mercado agregado de autopartes constitui equívoco e afeta diretamente os resultados da avaliação concorrencial. Tal agregação mascara a posição dominante das montadoras em diversos mercados de peças de reposição, ocultando o efeito concorrencial negativo da extensão para os mercados secundários dos registros de desenho industrial em casos nos quais ocorre acentuado reforço de posição dominante. Pretende-se mostrar que não existe um mercado único de peças de reposição. De fato, são diversos mercados distintos, para cada tipo de peça e para cada tipo de carro.

Em segundo lugar, as restrições impostas à oferta de peças de reposição diminuem o bem-estar social, a partir de três canais, com grande probabilidade de:

- **aumento do preço dos produtos ofertados;**
- **redução da disponibilidade** desses produtos em mercados específicos (especialmente em regiões mais distantes dos grandes centros consumidores); e
- **efeito negativo no mercado de oficinas**, na medida em que o funcionamento de boa parte delas depende do fornecimento de peças produzidas por empresas independentes.

Em terceiro lugar, a correta identificação dos mercados envolvidos permite uma caracterização precisa dos agentes de mercado. A tentativa de associar os fornecedores de peças independentes a empresas “piratas” constitui absoluta distorção dos fatos. Na mesma direção, é preciso distinguir entre o mercado formal de peças independentes e segmentos informais. As peças independentes sob exame atendem às normas técnicas vigentes. Ironicamente, a tentativa de diminuir a concorrência representada pelos produtores independentes eleva sensivelmente os preços das peças, aumentando o estímulo aos



segmentos informais em prejuízo da economia e do consumidor. As restrições geram, além disso, incentivos perversos de aumento da informalidade nos mercados de peças, repercutindo negativamente sobre os índices de furtos e ocorrências de desmanches criminosos.

Em quarto lugar, a complementaridade entre defesa da concorrência e defesa da propriedade intelectual deve ser bem compreendida. Trata-se de áreas interdependentes e não estanques. O reconhecimento dessa complementaridade implica a impossibilidade de se considerar *a priori* e em abstrato a prevalência do direito de propriedade intelectual sobre a livre concorrência. Não havendo uma preferência legal pré-estabelecida em favor da proteção dos direitos de propriedade intelectual, cabe às autoridades de defesa da concorrência verificar no caso concreto os efeitos desses direitos nos mercados relevantes envolvidos. A existência de um direito de propriedade intelectual legalmente constituído não pode servir de pretexto para, por si só, constranger a concorrência. As defesas da propriedade intelectual e da livre concorrência têm em comum o objetivo de favorecer o bem-estar social. A opção por uma ou por outra no caso concreto, portanto, depende de saber qual delas, no longo prazo, será mais favorável ao bem-estar social. Não raramente a resposta a essa questão implicará a limitação dos efeitos de um dado direito de propriedade intelectual em mercados relevantes específicos.

Em quinto lugar, considerando os registros industriais de autopeças e seus efeitos nos diversos mercados relevantes no Brasil, é legítima sua aplicação no mercado primário de venda de veículos novos. Já a extensão automática de seus efeitos aos mercados relevantes secundários de reposição de autopeças deve ser analisada com cautela, pois restringe as alternativas de compra do consumidor, gera aumento arbitrário de lucros e reforça a posição dominante das montadoras. Não há evidências de que a extensão dos efeitos do registro industrial ao mercado secundário se faz necessária para assegurar incentivos econômicos à pesquisa e desenvolvimento das montadoras; a proteção no âmbito do mercado primário presume-se suficiente. Os efeitos líquidos da extensão da proteção dos registros industriais aos mercados secundários de reposição de peças, portanto, mostram-se negativos ao bem-estar social. Nesse contexto, ao buscar impor os registros industriais nos mercados relevantes secundários de reposição de autopeças, utilizando diferentes formas de constrangimento à concorrência, as montadoras praticam infração econômica nos termos do artigo 20 da Lei Federal nº 8.884/94.



Este parecer está organizado da seguinte forma. A Seção 2 contém breve histórico da representação perante a Secretaria de Direito Econômico (“SDE”), realizada pela Associação Nacional dos Fabricantes de Autopeças (“ANFAPE”) contra algumas das principais montadoras de veículos nacionais, o que permite destacar questões a serem examinadas neste parecer. A Seção 3 discute os mercados de autopeças independentes, delimitando os mercados relevantes envolvidos. A Seção 4 discute a relação entre defesa da concorrência e da propriedade intelectual, mostrando como a complementaridade entre ambas não pode servir de pretexto para abuso de posição dominante. Nesses casos, o papel dos órgãos de defesa da concorrência deve ser proativo, impedindo que a regulação específica comprometa a livre concorrência. A Seção 5 mostra os efeitos negativos sobre a concorrência nos mercados varejistas de peças de reposição e no mercado de oficinas de reparo. Por fim, a Seção 6 destaca as principais conclusões.

Este parecer está baseado em fontes públicas e em informações fornecidas pela Contratante, devidamente indicadas ao longo do texto.



2 BREVE HISTÓRICO DO CASO

A ANFAPE congrega fabricantes independentes de peças de reposição destinadas aos distribuidores, centros automotivos e oficinas em geral que atuam de forma independente das montadoras de veículos. Seus associados, como regra geral, utilizam-se da técnica conhecida por “engenharia reversa” para desenvolver moldes de peças de reposição, que permitem a fabricação dessas peças em escala industrial. Por conta das características de demanda, as fabricantes de peças independentes usualmente focam suas atividades nas peças cuja substituição ocorre com maior freqüência, seja pelo desgaste natural ou por colisão.

Todavia, tem se tornado cada vez mais frequente, nos últimos anos, a obtenção de registros de desenho industrial dessas peças em nome das montadoras perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (“INPI”).

O conceito de registro industrial está definido na Lei de Propriedade Industrial, i.e., a Lei Federal nº 9.276, de 14.05.1996: “*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*” (art. 95). Nos artigos seguintes, a Lei de Propriedade Industrial aclara o que deve ser considerado novo e original¹. Além disso, estabelece que “*não se considera desenho industrial qualquer obra de caráter puramente artístico*” (art. 98).

¹ “Art. 96. O desenho industrial é considerado novo quando não compreendido no estado da técnica.

§ 1º O estado da técnica é constituído por tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do pedido, no Brasil ou no exterior, por uso ou qualquer outro meio, ressalvado o disposto no § 3º deste artigo e no art. 99.

§ 2º Para aferição unicamente da novidade, o conteúdo completo de pedido de patente ou de registro depositado no Brasil, e ainda não publicado, será considerado como incluído no estado da técnica a partir da data de depósito, ou da prioridade reivindicada, desde que venha a ser publicado, mesmo que subseqüentemente.

§ 3º Não será considerado como incluído no estado da técnica o desenho industrial cuja divulgação tenha ocorrido durante os 180 (cento e oitenta) dias que precederem a data do depósito ou a da prioridade reivindicada, se promovida nas situações previstas nos incisos I a III do art. 12.

Art. 97. O desenho industrial é considerado original quando dele resulte uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores.

Parágrafo único. O resultado visual original poderá ser decorrente da combinação de elementos conhecidos”.



Ao obterem registros de desenho industrial sobre determinadas peças, as montadoras pretendem controlar em termos absolutos sua fabricação. Na prática, significa dar à montadora o poder de definir quem poderá fabricar tais peças. Isso restringe boa parte das atividades dos atuais fabricantes independentes associados à ANFAPE. De fato, conforme informado pela ANFAPE, muitos de seus associados têm sido notificados, por algumas das principais montadoras de veículos automotores presentes no país, para que observem estritamente os registros de propriedade industrial, i.e., para que deixem de fabricar peças de reposição de forma independente. Em alguns casos, verifica-se a propositura de ações judiciais movidas por essas montadoras contra associados da ANFAPE.

Os associados da ANFAPE alegam haver abuso de direito por parte das montadoras, que pretendiam monopolizar o mercado de reposição de peças de veículos automotores, sob o pretexto de defesa de seus registros de desenho industrial.

Nesse contexto, a ANFAPE representou perante a Secretaria de Defesa Econômica (“SDE”) contra atos praticados pela Fiat Automóveis S.A. (“Fiat”), Ford Motor Company Ltda. (“Ford”) e a Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotores Ltda. (“Volkswagen”), na defesa de seus registros de desenho industrial, cujo efeito seria o de monopolizar os diversos mercados relevantes envolvidos.

A SDE entendeu não haver indícios suficientes de prática contra a ordem econômica e determinou o arquivamento do processo de averiguação preliminar, recorrendo de ofício ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (“CADE”), conforme exige a legislação em vigor. A questão encontra-se pendente de análise pelo CADE. Vale destacar que a SDE, não apenas determinou o arquivamento da representação da ANFAPE, como remeteu cópia dos autos ao Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, para as providências que esse órgão entender cabíveis.

A fim de analisar os efeitos dos registros de desenho industrial sobre o bem-estar social, compete à autoridade de defesa da concorrência aprofundar o exame dos mercados relevantes envolvidos, abordados na próxima seção.



3 CARACTERÍSTICAS DO MERCADO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE AUTOMÓVEIS

O objetivo desta seção é descrever e delimitar os mercados relevantes envolvidos. A Subseção 3.1 discute a terminologia adequada para descrever os mercados envolvidos e sua potencial influência sobre as autoridades de defesa da concorrência. Não se pode confundir os fabricantes independentes com “fabricantes de peças piratas” ou “falsificadores”. Trata-se de empresas regulares, que provêem empregos formais e atuam, não raramente, por meio de processos certificados no padrão ISO. A Subseção 3.2 delimita os mercados relevantes, levando em consideração a substitutibilidade da demanda e da oferta.

3.1 O problema da terminologia utilizada pelos diferentes agentes de mercado e sua potencial influência sobre as autoridades de defesa da concorrência

Existe grande diversidade semântica dos termos e expressões lingüísticas utilizadas no mercado de peças de reposição para veículos automotores. Nesse contexto, um dos primeiros desafios a serem vencidos no processo cognitivo das principais características desse mercado é convencionar o significado de algumas palavras e expressões utilizadas com freqüência pelos diferentes agentes desse mercado.

A utilização de um ou outro signo lingüístico para distinguir entre diferentes peças de reposição deve ser feita com cautela. A convenção lingüística utilizada pelos diferentes agentes desse mercado reflete os interesses em jogo. Trata-se de uma convenção engajada, que busca influenciar, por via retórica, a compreensão da licitude das atividades dos diferentes atores envolvidos nesse mercado.

Essa reflexão inicial não constitui mero academicismo. No âmbito da Averiguação Preliminar nº 08012.000487/00-40, por exemplo, o Conselheiro-Relator Thompson Andrade diferenciou as autopeças, quanto à sua origem, e acabou por classificar boa parte dos fabricantes independentes como “piratas”, conforme a seguir descrito:



-
- “cativas”, que são fabricadas pelas próprias montadoras ou com exclusividade por terceiros;
 - “certificadas”, fabricadas para a montadora, com o selo de qualidade, mas sem exclusividade de fornecimento;
 - “homologadas”, que são idênticas às peças fornecidas para a montadora, mas comercializadas pelo fabricante da autopeça;
 - “piratas”, que apresentam características semelhantes às homologadas, mas não possuem as especificações técnicas exigidas pelas montadoras e, são, portanto, mais baratas e de qualidade inferior.

As peças cativas se destinam exclusivamente às montadoras que as aplicam no processo produtivo dos veículos novos. As certificadas são comercializadas pelas redes de concessionárias de cada marca, enquanto as homologadas são comercializadas pelos fabricantes de autopeças junto a revendas independentes de autopeças.

Entretanto, não há diferenças entre as peças cativas, certificadas e homologadas quanto à qualidade, já que os três tipos atendem às especificações das montadoras. Por outro lado, as montadoras podem redirecionar parte das peças cativas para o segmento de peças certificadas e homologadas, dependendo das condições de lucratividade destes segmentos em relação ao de montagem de veículos novos.

As chamadas “peças piratas” são geralmente fabricadas por pequenas empresas e se destinam para a reposição de peças em modelos de automóveis que foram lançados já há algum tempo e que tiveram poucas mudanças de *design*. Assim, peças de modelos mais recentes não sofrem a concorrência das “peças piratas”.

Como se vê, os três primeiros grupos de peças (cativas, certificadas e homologadas) pressupõem em alguma medida controle por parte das montadoras. Por outro lado, quem não se submete a tal controle fica automaticamente incluído no rol dos fabricantes de produtos “piratas”, com qualidade supostamente inferior aos produtos “cativos, certificados ou homologados”. A utilização do termo “pirata”, por sua vez, sugere não comprometimento



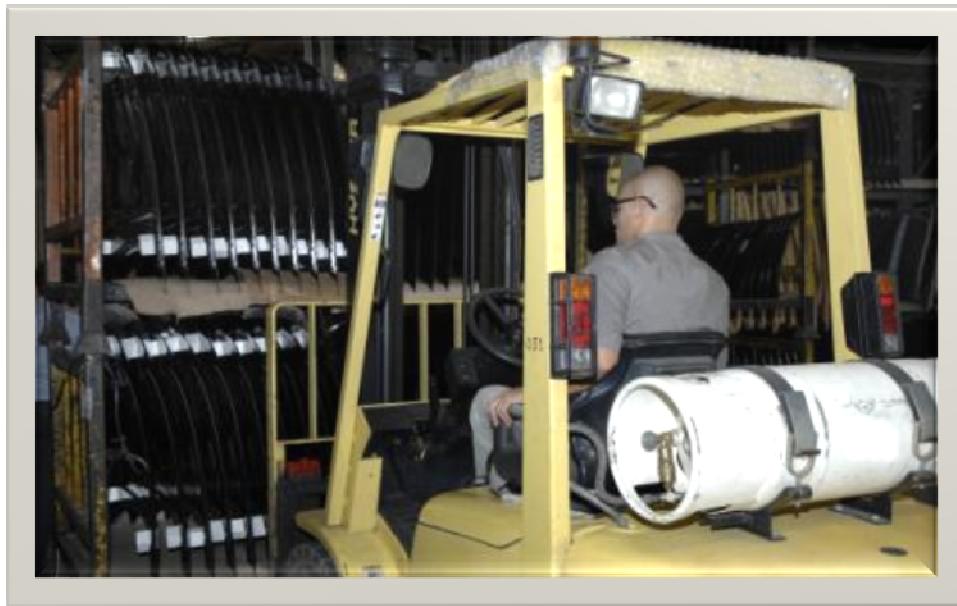
com os princípios éticos e até mesmo a ilicitude das atividades de fabricação de peças à revelia das montadoras.

Não é possível deixar de notar que tal classificação imputa o adjetivo pejorativo “pirata” aos fabricantes independentes de peças de reposição (i.e., a todos que não estejam sob o controle direto ou indireto das montadoras), ainda que muitos deles estejam estabelecidos formalmente no Brasil há décadas, gerando empregos e desenvolvimento econômico-social nas regiões em que estão instaladas.

QUADRO 1 - TRABALHADOR OPERANDO MÁQUINA EM EMPRESA INDEPENDENTE DE FARÓIS

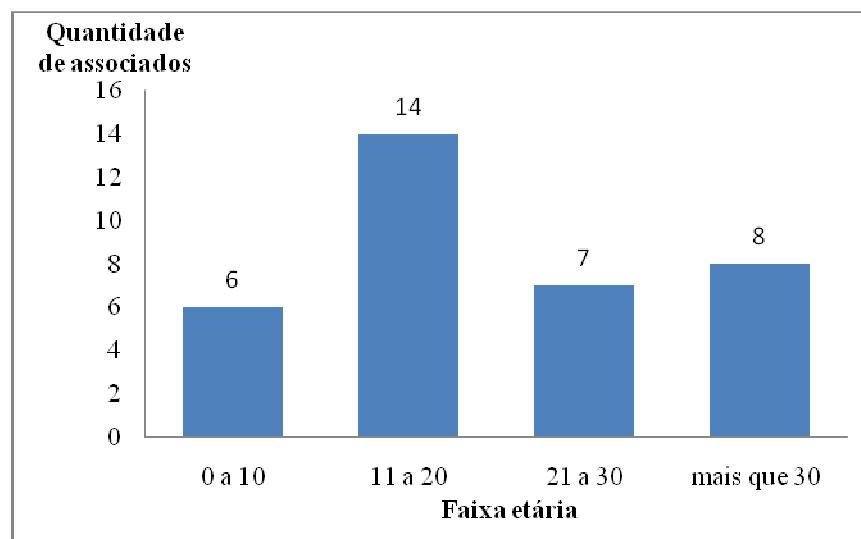


QUADRO 2 – OPERAÇÃO DE MÁQUINA EM EMPRESA INDEPENDENTE DE ESTAMPARIA



Conforme aponta o Quadro 3, muitas das empresas independentes fabricantes de peças “piratas”, estabeleceram-se no Brasil anteriormente às próprias montadoras e seus fabricantes terceirizados/autorizados.

QUADRO 3 - EMPRESAS ASSOCIADAS DA ANFAPE POR PERÍODO DE FUNDAÇÃO



Fonte: ANFAPE.



Além disso, as fabricantes de peças de reposição não podem ser consideradas indistintamente como fabricantes de peças de qualidade inferior, pelo simples fato de não serem fabricantes autorizados pelas montadoras. Diversos fabricantes independentes de autopeças possuem certificação do tipo ISO quanto ao processo de fabricação de seus produtos².

A utilização de engenharia reversa, para desenvolver os moldes que permitem a fabricação de peças de reposição em escala industrial, não torna os fabricantes independentes “piratas”, tampouco deve constituir motivo para lançá-los na categoria de mercado informal.

QUADRO 4 – MOLDES DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA DESENVOLVIDOS POR MEIO DE
ENGENHARIA REVERSA



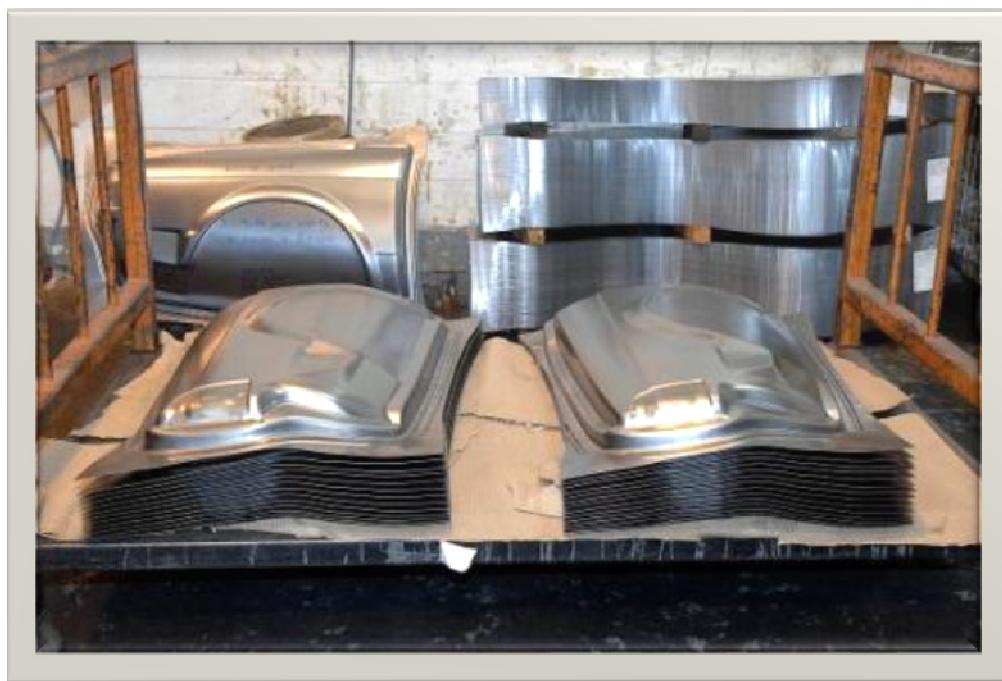
² Ao longo da elaboração do presente parecer, foram visitadas alguns fabricantes independentes de autopeças. Algumas associadas da ANFAPE, sendo que, segundo esta associação, nove delas possuem certificação ISO 9001:2000.



QUADRO 5 – MOLDES DE FARÓIS DESENVOLVIDOS POR MEIO DE ENGENHARIA REVERSA



QUADRO 6 – PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA EM FABRICAÇÃO





QUADRO 7- PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA EM FASE DE PINTURA

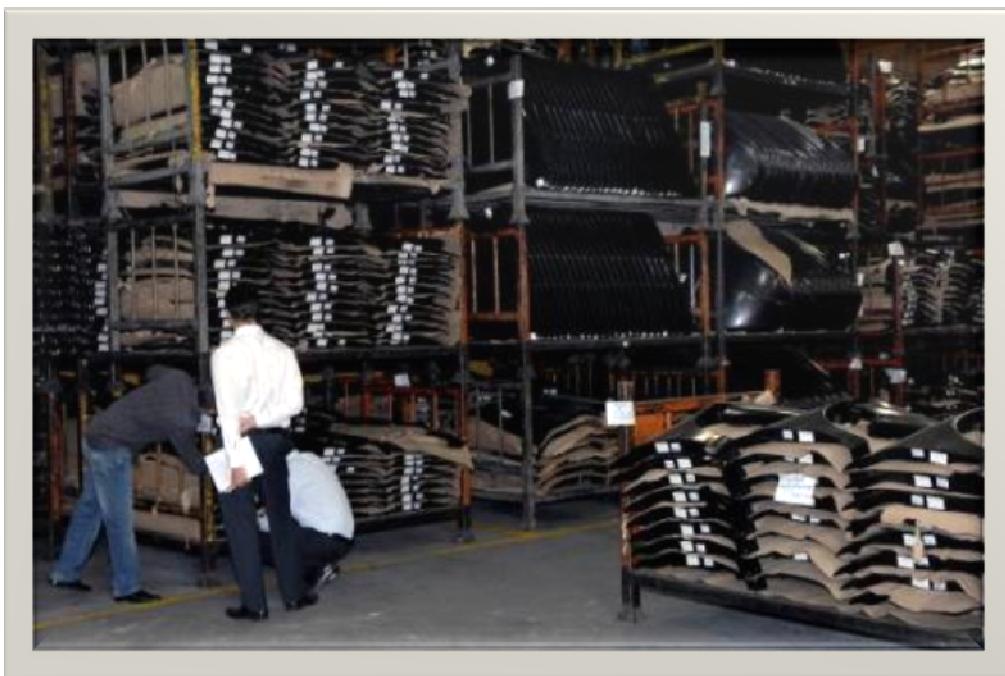


QUADRO 8 – FARÓIS EM FABRICAÇÃO POR EMPRESA INDEPENDENTE





QUADRO 9 – PEÇAS DE REPOSIÇÃO DE ESTAMPARIA EM ESTOQUE E ETIQUETADAS COM SELO DA ANFAPE



Embora não seja objeto da análise antitruste, as autoridades envolvidas não devem passar despercebidas pelo fato de que há forte disputa comercial entre, de um lado, os fabricantes independentes de autopeças e, de outro, as montadoras e os fabricantes terceirizados/autorizados. Aliás, tal disputa extrapola os limites do território nacional³. No jogo de interesses envolvidos, é preciso ter em conta as estratégias de retórica, tais como a de classificar os fabricantes independentes como produtores de peças de reposição de baixa qualidade, falsificadores ou piratas, sem que se tenha procedido a qualquer análise técnica mais profunda.

³ No âmbito da União Européia, por exemplo, KUNTZ (2009) narra que a Diretriz 98/71/CE foi precedida do “Livro verde sobre a proteção jurídica dos desenhos industriais”, que continha uma disposição chamada cláusula de reparação (repair clause), “segundo a qual os direitos exclusivos sobre desenhos protegidos não poderiam 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 restituír-lhe sua aparência original”. Posteriormente, a Comissão propôs a free repair clause from day one, ou seja, a liberalização completa do mercado de peças de reposição *must-match*.



Alternativamente à classificação descrita nos parágrafos anteriores, parece adequado utilizar os termos convencionados na norma de vocabulário relativo a peças de veículos automotores estabelecida pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, i.e., a NBR 15296, de 30.12.2005, que, em síntese, estabelece as definições descritas no Quadro 10.

QUADRO 10 – TERMINOLOGIA DE AUTOPEÇAS CONFORME REGRA DA ABNT

Nome	Definição
Peça de produção original	peça que integra um produto original (veículo automotor) em sua linha de montagem
Peça de reposição original, genuína ou legítima	destinada a substituir peça de produção original para efeitos de manutenção ou reparação, <u>caracterizada por ter sido concebida pelo mesmo processo de fabricação (tecnologia), apresentando as mesmas especificações técnicas da peça que substitui</u>
Peça de reposição ou peça pós-venda	é destinada a substituir a peça de produção original ou peça de reposição original, caracterizada pela sua adequação ou intercambialidade <u>podendo ou não apresentar as mesmas especificações técnicas, característica de qualidade (por exemplo, material, resistência, tratamento de beneficiamento, desempenho e durabilidade) da peça de produção original</u>
Peça remanufaturada	peça ou componente de produção original usado, caracterizado por ter sido submetido a processo industrial pelo próprio fabricante original deste ou em estabelecimento autorizado deste fabricante, para o restabelecimento das funções e requisitos técnicos originais
Peça recondicionada	peça ou componente de produção original usado, peça ou componente de reposição original usado, ou ainda, peça ou componente de reposição usado, caracterizado por ter sido submetido a processo técnico e/ou industrial para o restabelecimento das funções e requisitos técnicos originais
Peça recuperada	peça ou componente de produção original usado, peça ou componente de reposição original usado, ou ainda, peça ou componente de reposição usado, caracterizado por ter sido submetido a processo artesanal para o restabelecimento de funcionalidades

Existe, portanto, um mercado formal de peças de reposição que não são originais, genuínas ou legítimas. Trata-se da modalidade de peça de reposição, ou peça pós-venda, *destinada a substituir a peça de produção original ou peça de reposição original, caracterizada pela sua adequação ou intercambialidade podendo ou não apresentar as mesmas especificações técnicas, característica de qualidade (por exemplo, material, resistência, tratamento de beneficiamento, desempenho e durabilidade) da peça de produção original.*

Ao longo deste parecer, utilizaremos a expressão “peças de reposição”, cuja fabricação se dá de forma independente, em oposição à categoria “peças de reposição originais”, que compreende produtos fabricados pelas montadoras, sob sua autorização ou supervisão.



Os fabricantes que atuam nesse nicho não praticam pirataria, nem podem ser confundidos com falsificadores, pois não se trata de induzir o consumidor a erro, mas de oferecer um produto genérico, similar. A montadora de automóvel tem o direito de estabelecer como seu produto será comercializado, isto é, com que composição de peças, bem como de credenciar aqueles fornecedores que considera mais capacitados para atender aos padrões de qualidade da companhia.

Porém, uma vez adquirido o veículo pelo consumidor, cabe apenas a este último decidir que peças de reposição utilizará, devendo ser devidamente informado acerca das alternativas em termos de características técnicas e de atendimento às normas de segurança e desempenho. Entender de forma distinta equivaleria a transferir do proprietário do veículo para o fabricante o direito de escolher a melhor maneira de preservar o produto em flagrante desrespeito à soberania do consumidor. Mesmo nos casos de peças *must-match*⁴, em que a identidade estética entre as peças é necessária, basta que o consumidor seja plenamente informado de se tratar de uma peça genérica para restar descaracterizada a prática de “pirataria” ou “falsificação”.

De fato, o próprio Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078, de 11.09.1990, reconhece a possibilidade de o consumidor autorizar a utilização de componentes não originais e/ou com especificações técnicas distintas das do fabricante original:

“Art. 21. No fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor” (grifo nosso).

⁴ O conceito de peça *must-match* reflete a necessidade de identidade estética entre a peça de reposição e a peça original, como condição *sine qua non* para restituir ao produto sua aparência original. Trata-se de peças visíveis, como capôs, pára-lamas, pára-choque, lanternas, faróis, entre outras. Implantar uma lanterna de Celta num Uno, por exemplo, implica modificar a aparência do veículo, o que, em regra, não reflete o interesse do consumidor. Aliás, quando o consumidor pretende diferenciar seu veículo, busca serviços de *tunning*, e não peças de reposição.



Não deve haver dúvida, portanto, de que o consumidor tem a liberdade de escolher entre peças de reposição originais, peças de reposição, peças remanufaturadas, peças recondicionadas ou ainda peças recuperadas.

3.2 A definição do mercado relevante

3.2.1 Aspectos gerais dos mercados de fabricação e distribuição de autopeças de reposição

De acordo com o parecer da SDE nos autos da Averiguação Preliminar nº 08012.002673/2007-51 originada a partir da representação da ANFAPE, o mercado relevante foi definido da seguinte forma:

“117. A jurisprudência do CADE, no que se refere à indústria automobilística, tradicionalmente divide o mercado relevante sob o ponto de vista do produto da seguinte forma: 1) o mercado de fabricantes de veículos novos; 2) o mercado varejista de veículos novos; 3) o mercado atacadista de autopeças de reposição; e 4) o mercado varejista de autopeças de reposição.

118. No mercado 1 (um), concorrem as montadoras de veículos instaladas no país, entre elas a Ford, a Fiat e a Volkswagen. (...).

119. No mercado 2 (dois), concorrem as concessionárias de uma mesma marca, as concessionárias de marcas diferentes, as empresas importadoras de automóveis para revenda e as revendedoras multimarcas de automóveis novos e usados. (...)

120. No mercado 3 (três), atuam as empresas fabricantes de autopeças e, eventualmente, as montadoras.

121. Por último, no mercado 4 (quatro), os agentes são as concessionárias e as lojas independentes de autopeças. (...)

122. Quanto ao aspecto geográfico, este seria local porque, da mesma forma que o consumidor não estaria disposto a longos deslocamentos para adquirir um



veículo novo, ele, por motivo maior, também não o estaria para adquirir autopeças.

123. (...) o mercado relevante a ser analisado, em sua dimensão produto, é o mercado varejista de autopeças (mercado 4), denominado nos autos também como ‘mercado de reposição’ (ou aftermarket). No aspecto geográfico, por versar esta Averiguação, fundamentalmente, sobre a extensão dos limites de propriedade industrial, deve-se considerá-lo como sendo todo o território nacional, uma vez que o direito de propriedade é conferido pelo INPI para exercício em âmbito nacional” (destaque nosso).

Ao definir o mercado relevante como o “mercado varejista de autopeças”, a SDE considerou as fabricantes de peças de reposição no mesmo mercado das concessionárias e lojas independentes de autopeças. Trata-se, no entanto, de definição equivocada do mercado relevante.

Ora, não faz sentido equiparar fabricantes de autopeças com revendedores de autopeças no varejo. As associadas da ANFAPE são fabricantes de peças de reposição e, nesse contexto, constituem fornecedores das concessionárias e das lojas independentes de autopeças. A relação entre, de um lado, fabricantes de peças de reposição e, de outro, concessionárias ou lojistas independentes, apresenta natureza vertical. Atuam, portanto, em mercados distintos.

Na classificação delineada pela SDE supostamente a partir da jurisprudência do CADE, as associadas da ANFAPE estariam mais próximas do mercado “3”, definido como o de “empresas fabricantes de autopeças e, eventualmente, as montadoras”. De acordo com as definições da Norma da ABNT 15296, há três segmentos nesse mercado: (i) fabricantes de peças de produção original, (ii) fabricantes de peças de reposição original, genuína ou legítima e (iii) fabricantes de peças de reposição.

Boa parte da fabricação de peças de produção original foi terceirizada pelas montadoras ao longo do tempo, com exceção das peças de lataria que, em grande medida, continuam a ser produzidas diretamente pelas montadoras. Portanto, no segmento de “fabricantes de peças de produção original”, apresentam-se montadoras e alguns fabricantes contratados pelas



montadoras (terceirizados). No segmento de “fabricantes de peças de reposição original, genuína ou legítima”, atuam também tanto as montadoras quanto os fabricantes autorizados. Por fim, no segmento de “peças de reposição ou peças pós-venda”, verifica-se a participação de fabricantes independentes, como as associadas da ANFAPE.

O segmento de “fabricantes de peças de produção original”, obviamente, é controlado contratualmente pelas montadoras, seja por via direta, quando as próprias montadoras fabricam as peças, ou por via indireta, quando as montadoras terceirizam sua produção. A dinâmica desse segmento envolve parcerias de longo prazo entre as montadoras e determinados fabricantes. É o caso, por exemplo, da relação entre a FIAT e a Magnetti Marelli, ou a Ford e a Vistion, no Brasil e outros países.

O segmento de “fabricantes de peças de reposição original” é igualmente controlado pelas montadoras. As peças fabricadas diretamente pelas montadoras para produção de veículos novos são também fornecidas ao mercado de reposição. Isso ocorre usualmente com as peças de lataria. Ao lado das montadoras, existem os fabricantes autorizados a produzirem peças de reposição, os quais costumam ser, inclusive, os que atuam como terceirizados na fabricação de peças de produção original. Pode-se chamá-los, nesse contexto, de “fabricantes autorizados”.

O único segmento não controlado pelas montadoras é o de “fabricantes de peças de reposição”, pois atuam independentemente da autorização das montadoras. Trata-se do segmento explorado pelas associadas da ANFAPE.

Os “fabricantes de peças de reposição originais” concorrem com os “fabricantes de peças de reposição”, pois seus produtos podem ser considerados substitutos entre si. De fato, conforme discutido adiante, há evidências de que o início de fabricação de uma peça de reposição leva a uma queda do preço da peça de reposição original equivalente, o que é um indício da aludida substitutibilidade. Embora intuitivamente se deva reconhecer a existência de algum nível de substitutibilidade com peças remanufaturadas, recondicionadas, recuperadas e ainda peças usadas obtidas a partir de desmanches legais de veículos, não se pode afirmar com segurança o nível de rivalidade em relação às peças novas de reposição, sejam originais ou não. Em se tratando de peças de colisão — i.e., as peças frequentemente



substituídas em casos de colisão, como pára-choques, capôs, faróis, lanternas, entre outras, que são justamente o foco do litígio entre as fabricantes independentes e as montadoras — é razoável supor que há pouca concorrência entre, de um lado, peças novas (originais ou não) e, de outro, peças remanufaturadas, recondicionadas, recuperadas ou usadas. Isso porque boa parte das colisões não permite que as peças danificadas sejam restauradas com perfeição, o que é essencial do ponto de vista do consumidor, a fim de manter o padrão estético do veículo. Ao lado disso, o desmanche legalizado de veículos automotores não parece ser suficiente para suprir parcela relevante da demanda. Nesse contexto, entendemos que as peças remanufaturadas, recondicionadas, recuperadas ou usadas devam ser excluídas da análise concorrencial sobre o mercado de reposição de autopeças⁵.

O Quadro 11 resume a posição das montadoras, dos fabricantes terceirizados/autorizados e dos fabricantes independentes, nos respectivos segmentos de autopeças novas.

QUADRO 11 – FABRICANTES DE AUTOPEÇAS POR SEGMENTO

	Fabricação de autopeças novas	Principais agentes
Segmentos	Peças de produção original	Montadoras + Fabricantes terceirizados
	Peças de reposição originais	Montadoras + Fabricantes terceirizados/autorizados
	Peças de reposição	Fabricantes independentes

Cumpre esclarecer, no entanto, que o Quadro 11 reflete diferentes papéis que podem ser exercidos simultaneamente por uma mesma empresa. Por exemplo, eventualmente, um mesmo fabricante pode atuar como autorizado na produção de faróis de GM Celta e como independente na produção de faróis de Fiat Pálio.

Além dos segmentos de fabricação de autopeças, cumpre esclarecer como funciona o mercado de distribuição das autopeças de reposição. Os “fabricantes de peças de reposição

⁵ Essa suposição precisaria ser avaliada com mais cuidado no caso de autopeças mecânicas (peças de motor, câmbio, entre outros), em relação às quais, o consumidor parece mais disposto a utilizar peças remanufaturadas, recondicionadas ou recuperadas. Esse tipo de peça, no entanto, não faz parte das discussões travadas entre a ANFAPE e as montadoras, nem envolve a questão do desenho industrial, razões pelas quais deixamos de examinar esse ponto em mais detalhes.



“originais” fornecem principalmente às montadoras, mas também a distribuidores atacadistas e aos concessionários, sendo que estes últimos são abastecidos especialmente através das montadoras. O mesmo ocorre em relação aos “fabricantes de peças de reposição”, pois boa parte dos distribuidores atacadistas é independente e as concessionárias, em regra, têm autorização para comprar uma cota de peças de fabricantes independentes⁶, conforme definida na respectiva convenção de marca. A principal diferença está no fato de que os “fabricantes de peças de reposição” têm acesso limitado às concessionárias, que constituem clientes cativos dos “fabricantes de peças de reposição originais”.

Além disso, é preciso destacar a existência de um grande número de oficinas e lojas independentes, que compram tanto “peças de reposição originais” quanto “peças de reposição”, e operam sua distribuição no varejo. Essas oficinas e lojas independentes adquirem tais peças usualmente das concessionárias ou dos distribuidores atacadistas.

O Quadro 12 resume a posição dos distribuidores atacadistas, das concessionárias, das lojas de autopeças e oficinas independentes, nos respectivos segmentos de autopeças.

QUADRO 12 – DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS POR SEGMENTO

	Distribuição de autopeças novas	Atacado	Varejo
Segmentos	Peças de reposição originais	Montadoras + Distribuidores autorizados\concessionárias + Distribuidores Independentes	Concessionárias + Lojas de autopeças + Oficinas
	Peças de reposição (fabricação independente)	Distribuidores independentes	Concessionárias + Lojas de autopeças + Oficinas

⁶ A Lei Federal nº 6.729/79 (Lei Ferrari), com modificações introduzidas pela Lei Federal nº 8.132/90, estabelece que *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* (art. 8º). Até a modificação pela Lei nº 8.132/90, as concessionárias eram obrigadas a adquirir ao menos 75% de componentes diretamente das montadoras, conforme redação anterior do art. 8º da Lei Ferrari. Após a modificação introduzida pela Lei Federal nº 8.132/90, esse índice fica estabelecido na convenção de marca, e, portanto, pode ser alterado regularmente, conforme acordo entre as partes.



O Quadro 13 faz um comparativo entre as características gerais de firmas autorizadas e firmas independentes. Cabe destacar que embora de portes diferentes, os dois tipos de firmas estão estabelecidos no Brasil há décadas.

QUADRO 13 – FIRMAS AUTORIZADAS E INDEPENDENTES

Tipo de firma	Autorizada	Independente
Origem	Predominantemente Multinacional ⁷	Predominantemente Nacional
Número de firmas	600	1500
Empregados por firma	de 250 a 3000	de 10 a 300
Empregados total	235 mil	50 mil
Itens produzidos	Acima de 2000 itens	Até 2000 itens
Idade	Há firmas de mais de 60 anos	Há firmas estabelecidas no mercado nacional há mais de 40 anos.
Capilaridade da distribuição	Média. Foco em grandes centros. Custo mais elevado torna pouco atrativo oferecer o produto em municípios com menor poder aquisitivo	Alta. Alcança municípios mais distantes e com menor poder aquisitivo

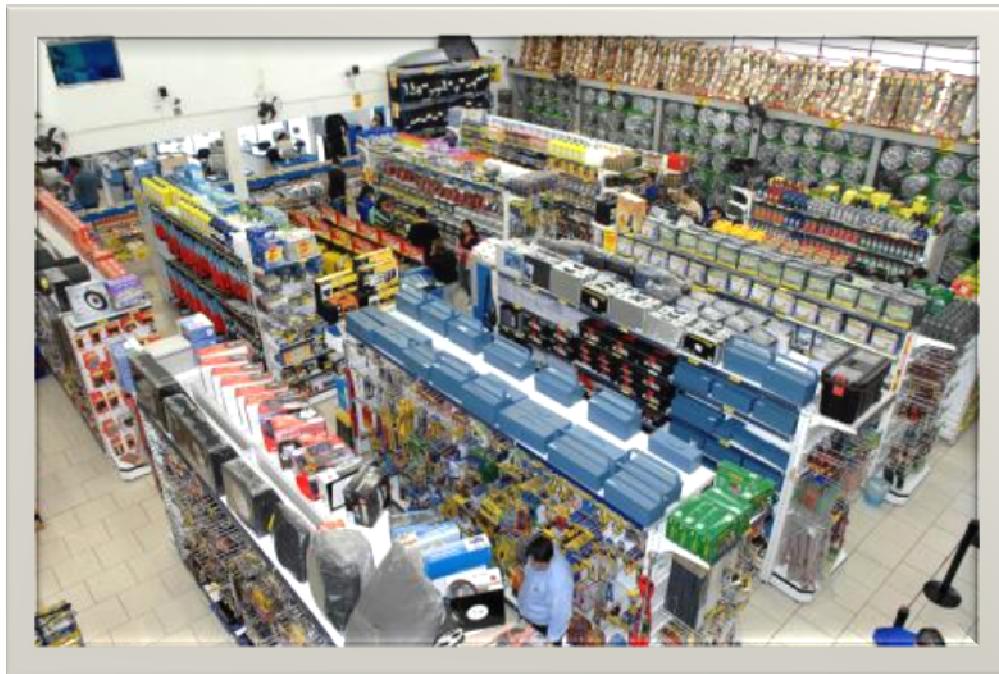
Fonte: ANFAPE

Na prática, o consumidor interessado em uma peça de reposição se depara tanto com produtos de firmas autorizadas quanto com os produtos de firmas independentes. Os Quadros 14 a 17 trazem fotos de visita a uma loja especializada, na qual o consumidor pode optar por produtos dos dois tipos de firmas, ambos devidamente identificados. Alguns fabricantes independentes têm até mesmo gravado no produto (e não apenas na embalagem) suas próprias marcas, a fim de impedir confusão por parte do consumidor do tipo de produto que está à sua disposição.

⁷ Dados do Sindipeças indicam que 78,9% do capital da indústria de autopeças estão nas mãos de grupos internacionais.



QUADRO 14 – LOJA REVENDEDORA DE AUTOPEÇAS



QUADRO 15 – RETROVISORES – PRODUTO DE AUTORIZADA E INDEPENDENTE





QUADRO 16 – FARÓIS DIANTEIROS – PRODUTO DE AUTORIZADA E INDEPENDENTE



QUADRO 17 – FARÓIS TRASEIROS – PRODUTO DE AUTORIZADA E INDEPENDENTE





O parecer da SDE não reconhece as características acima descritas e considera erroneamente, em um mesmo mercado, as concessionárias, as lojas independentes de autopeças e as associadas da ANFAPE. Há dois erros fundamentais neste raciocínio: primeiro, confunde produção com distribuição de autopeças; segundo, ignora a existência formal de “fabricantes de peças de reposição”, que atuam regularmente como fornecedores de concessionárias e de distribuidores atacadistas.

Todavia, não bastam tais correções para definir adequadamente o mercado relevante em questão ou, como será discutido a seguir, os diversos mercados relevantes envolvidos, por força do elevado nível de diferenciação de veículos e peças. É preciso distinguir os mercados relevantes por veículos e peças.

3.2.2 Os diversos mercados de autopeças de reposição: segmentação por peças e veículos

Autopeças de reposição são produtos secundários para utilização em veículos automotores, i.e., os produtos primários. Um dos principais vetores de concorrência no mercado primário de veículos novos é a diferenciação dos produtos. As montadoras investem maciçamente para diferenciar seus respectivos veículos, a fim de diminuir o peso da variável preço na decisão do consumidor. Assim, é possível cobrar preços mais elevados em relação ao que seria obtido em um mercado competitivo, com produtos praticamente homogêneos.

A prática de preços acima do que seria possível em um mercado concorrencial não é necessariamente ruim para o bem-estar social. Isso se justifica, por exemplo, para incentivar a geração de diversidade, de novos produtos e tecnologias. Aliás, o reconhecimento da necessidade desse tipo de incentivo econômico está na essência dos direitos de propriedade intelectual, que refletem, em última análise, o reconhecimento do benefício social trazido pelos investimentos em pesquisa e desenvolvimento.

Tais características abrem dois tópicos de discussão. Primeiro, a busca por um ponto ótimo de proteção à propriedade intelectual, que seja suficiente no caso concreto para assegurar os



investimentos em pesquisa e desenvolvimento, mas que, ao mesmo tempo, não se mostre exagerado, a ponto de permitir lucros econômicos extraordinários e injustificáveis do ponto de vista do bem-estar social. Esse aspecto será tratado na subseção seguinte.

Segundo, o reconhecimento de que a diferenciação dos produtos primários apresenta efeitos relevantes em relação aos produtos secundários. O nível de rivalidade no mercado primário não se reproduz no mercado secundário; aliás, o nível de rivalidade no mercado secundário tende a ser muito inferior ao verificado no mercado primário. Enquanto um dado consumidor pondera sobre a aquisição de um veículo novo, tem à sua disposição inúmeras opções, por marcas e modelos. No entanto, após a aquisição de um dado veículo, seu rol de opções disponíveis reduz-se drasticamente. Os produtos secundários são específicos para aqueles veículos.

Nesse contexto, imagine-se, por exemplo, um consumidor que pretenda adquirir um carro popular. Poderá optar por um Fiat Uno, um Chevrolet Celta, um Volkswagen Gol, um Ford KA, entre outros. Todavia, após a aquisição de qualquer um desses veículos, apenas poderá utilizar peças compatíveis. Por conta da extrema diferenciação adotada pelas montadoras, cada peça acaba por ser única. Um farol de um Celta jamais pode ser considerado substituto de um farol de um Uno. E, mesmo no âmbito de um único veículo, um farol esquerdo não costuma ser substituto de um farol direito! Isso equivale a dizer que a limitada substitutibilidade na demanda obriga a considerar não um único, mas vários mercados relevantes. Tampouco existe grande substitutibilidade do lado da oferta. Os processos e moldes necessários para a fabricação de uma peça específica são em geral muito distintos de outra.

Por isso, enquanto a montadora enfrenta rivalidade no mercado primário, por parte das outras montadoras, no mercado secundário a rivalidade depende fundamentalmente dos fabricantes de peças de reposição independentes. Na ausência dos fabricantes independentes, as montadoras atuam de forma isolada, podendo exercer seu poder de monopólio.

Considerando as características das autopeças de reposição, dado a extrema diferenciação adotada pelas montadoras, o mercado relevante do ponto de vista da demanda deve ser definido por tipo de veículo e peça. Apenas dessa forma torna-se possível aplicar



corretamente o conceito de mercado relevante que corresponde ao espaço no qual é plausível supor o exercício de poder de mercado.

Assim, como regra geral, teremos o mercado relevante de faróis esquerdos de Chevrolet Celtas; o mercado relevante de capôs de Ford K; entre outros. Eventualmente, quando uma mesma peça puder ser utilizada em mais de um veículo, ou quando a substitutibilidade do lado da oferta estiver presente, verifica-se mercado relevante mais amplo. Isso pode ocorrer, por exemplo, em relação a veículos de uma mesma marca e linha, como os veículos Fiat da linha *fire* que adotam algumas peças idênticas. De qualquer forma, é preciso ter claro que a excessiva agregação da definição proposta pela SDE constitui equívoco do ponto de vista conceitual.

Acrescente-se que, do ponto de vista da oferta, é preciso considerar, além dos “fabricantes de peças de reposição originais”, os “fabricantes de peças de reposição”. Todavia, é preciso ponderar que, considerando novos lançamentos, durante algum tempo os únicos agentes atuantes no mercado relevante são os “fabricantes de peças originais”. Isso porque toma algum tempo até que um ou mais “fabricantes de peças de reposição” venha a desenvolver o molde necessário para a fabricação em escala industrial. Além disso, para que o investimento se torne viável, é preciso que exista uma escala mínima da frota em circulação.

Os investimentos para o desenvolvimento de moldes para peças de reposição representam barreiras à entrada. Usualmente, trata-se de um *sunk cost*, pois os moldes raramente podem ser reaproveitados. O montante do investimento varia conforme a qualidade e o tipo do molde. O tempo necessário para o desenvolvimento de um molde e demais preparativos para o início de produção de uma peça de reposição em escala industrial não é desprezível. Estima-se algo em torno de 12 a 18 meses para que se realize o processo de engenharia reversa e seja possível estruturar o início da produção.

Além disso, pesquisa empírica realizada pela ANFAPE demonstra a necessidade de delimitação dos mercados relevantes de forma mais específica e restrita que a adotada pela SDE e pelo próprio CADE no passado, conforme ilustram os Quadros 18 a 22.



**QUADRO 18 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES PARA AS PEÇAS DO GOL
GERAÇÃO III**

Peça	Produtores de peças de reposição autorizados	Produtores de peças de reposição independentes
Maçanetas e fechaduras (ferragens)	Valeo, Forin, Eluma	Universal, Atemis, Ori, Ciliparts
Mecanismos levantamento de vidro	Plascar, Bosch	Universal, Zinni&Guell, Perfec
Bóia medidora de combustível	VDO, Siemens	CRW, TSA, CAV
Cabo de acelerador	IKS, Fania	IKS, Fania, Cabovel
Faróis principais	Valeo, Arteb, Magnetti Marelli	Orgus Nino, RCD, Fortlux, importadores
Pára-choque	Plascar	DTS, R2A, Plastiron, importadores
Retrovisores	Metagal, Ficosa, Magnetti Marelli	Retrovex, Cofran, Carol, Santa Filomena
Filtros	Fram, Mann, Logan	Tec Fil
Embreagem	Luk, Sachs	Taranto
Capo	Volkswagen	IGP, Centauro, importadores
Lanternas traseiras	Valeo, Arteb, Plascar, Magnetti Marelli	Cofran, HT, Godks, RN, Imola, JCV, Mikronplast

O Quadro 18 demonstra que, ao se fixar o parâmetro “carro” e variar o parâmetro “peça”, são encontrados diversos fabricantes autorizados e independentes. Esses fabricantes se especializam em um tipo ou outro de peça. Isso sugere que não podem ser incluídos todos em um mesmo mercado relevante; do ponto de vista da análise concorrencial, é preciso desagregar as autopeças de reposição em diversos mercados relevantes.

O exercício realizado nos Quadros 19 a 22, por sua vez, fixa o parâmetro “peça” e permite a variação do parâmetro “carro”. Nesse caso, embora com menos intensidade se comparado ao quadro anterior, também se verifica a existência de diferentes fabricantes, conforme o tipo de carro. Novamente, isso sugere que tais fabricantes não podem ser incluídos todos em um mesmo mercado relevante.



QUADRO 19 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE LANTERNAS TRASEIRAS PARA CARROS DIVERSOS

Peça	Produtores de peças de reposição autorizados	Produtores de peças de reposição independentes
Gol Geração III	Valeo, Plascar	RN, Cofran, Imola, HT
Palio 96/00	Valeo, Magnetti Marelli	HT, Cofran
Fiesta (todos)	Plascar, Valeo	Não há

QUADRO 20 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE PÁRA-CHOQUE DIANTEIRO PARA CARROS DIVERSOS

Peça	Produtores de peças de reposição autorizados	Produtores de peças de reposição independentes
Fusca	Desativado	Belfex, Dts, Wolf
Kombi	Desativado	Belfex, Dts, Wolf
Gol	Plascar, Volkswagen	Dts, R2A, Plastiron
Uno	Mueller/Plascar	Dts, R2A, Plastiron
Kadett	Plascar	Plastiron, Dts
Gol Geração 3	Plascar, Volkswagen	Dts, R2A, Plastiron
Gol Geração 4	Plascar, Volkswagen	
Palio Fire 01/03	Plascar, Mueller	R2A, Plastiron

QUADRO 21 – PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE FAROL DIANTEIRO PARA CARROS DIVERSOS

Peça	Produtores de peças de reposição autorizados	Produtores de peças de reposição independentes
Fusca	Desativado	Rcd, Fort Luz, Nino, Orgus
Kombi	Arteb, Valeo	Rcd, Fort Luz, Nino, Orgus
Gol	Arteb, Valeo	Rcd, Nino, Orgus
Uno	Arteb, Valeo	Rcd, Nino, Orgus
Kadett	Arteb, Valeo	Rcd, Nino, Orgus
Gol Geração 3	Arteb, Valeo	Rcd, Orgus
Gol Geração 4	Arteb	Não há
Palio Fire 01/03	Magnetti Marelli	Importado



QUADRO 22– PRODUTORES AUTORIZADOS E INDEPENDENTES DE PÁRA-LAMAS PARA CARROS DIVERSOS

Peça	Produtores de peças de reposição autorizados	Produtores de peças de reposição independentes
Fusca	Desativados	IGP, Centauro, Zito Pereira
Corcel II	Desativados	Ponteiras Rodrigues
Passat /89 e Chevette	Desativados	IGP
Uno	Fiat	IGP, Centauro, Zito Pereira, Ponteiras Rodrigues
Gol 91/94	Volkswagen	IGP, Centauro, Zito Pereira
Gol 95/99	Volkswagen	IGP, Ponteiras Rodrigues, Zito Pereira
Palio 96/00	Fiat	IGP, Ponteiras Rodrigues
Fiesta 96/99 e 00/02	Ford	Importado
KA	Ford	Centauro
Corsa /02	GM	Ponteiras Rodrigues, IGP
Kadett	GM	IGP
Gol Geração 3	Volkswagen	IGP, Centauro
Gol Geração 4	Volkswagen	Centauro
Palio Fire 01/03	Fiat	Centauro
Palio Flex 04/06	Fiat	Centauro
Novo Gol	Volkswagen	Não há
Novo Pálio	Fiat	Não há
Caminhão Mercedes 1113	Irmãos Amalcaburio	Centauro
Caminhão Mercedes 709	Mercedes-Benz	Irmãos Amalcabúrio, Centauro



3.2.3 O falso argumento de que a técnica de *tunning* permitiria às fabricantes independentes se manter no setor de autopeças

Em seu parecer na Averiguação Preliminar aberta por conta da representação da ANFAPE, a SDE apontou que “*eventual monopólio sobre determinadas autopeças*” não provocaria “*a exclusão dos fabricantes independentes do setor de autopeças*”, pois seria possível a exploração do nicho de fabricação de peças similares, diferenciadas por meio da técnica conhecida como *tunning*.

É preciso esclarecer a distinção entre peças submetidas ao processo de *tunning* (“peças *tunning*”) e peças de reposição (ou *must-match*). Peças *tunning* são aquelas que têm como característica fundamental a diferenciação com relação à peça original do carro. Dessa maneira, o consumidor interessado em peças *tunning* tem por objetivo personalizar o carro com alterações nas lanternas, pára-choques, rodas, pneus, retrovisores, e diversas outras peças do carro.

Do ponto de vista da análise concorrencial, sob a perspectiva da demanda, não há, pois, substitutibilidade entre peças de reposição e peças *tunning*, pois os dois tipos de peças atendem a interesses e expectativas diversos dos consumidores. Sob a ótica da oferta, o investimento em ferramental para a produção de peças de reposição depende do giro das vendas para se viabilizar economicamente. Para alcançar esse volume de vendas, é necessário que o produto seja esteticamente idêntico, pois a grande maioria dos consumidores, ao buscar uma peça, pretende manter a identidade visual do veículo como original, e não promover sua individualização. Portanto, o fabricante de peças *tunning* utiliza técnicas e processos distintos dos utilizados pelos fabricantes de peças de reposição.

Nesse contexto, a produção de peças *tunning* adquire um caráter mais artesanal e artístico, podendo envolver, não raramente, custos muito superiores aos das próprias peças originais. Isso porque se paga, no caso das peças *tunning*, pela diferenciação ou personalização do veículo. Já em relação às peças de reposição, deseja-se justamente o contrário, ou seja, que o veículo mantenha os contornos visuais originais.



Assim, as peças *tunning* não fazem parte do mercado de peças de reposição, que por sua vez, atendem basicamente a consumidores que precisam trocar a peça, normalmente danificada em casos de colisão.



4 A COMPLEMENTARIDADE ENTRE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL

O objetivo desta seção é mostrar como a proteção da propriedade intelectual e a defesa da concorrência têm um objetivo comum: proteger mercados competitivos para que gerem eficiência econômica e bem-estar social. Não há, portanto, um conflito entre competição e inovação. As duas políticas não devem ser vistas como contraditórias, mas antes como complementares. A Subseção 4.1 trata do escopo da propriedade intelectual e da defesa da concorrência. A Subseção 4.2 responde negativamente à pergunta de se existe um conflito entre propriedade intelectual e defesa da concorrência. A Subseção 4.3 apresenta evidências empíricas da complementaridade entre defesa da concorrência e propriedade intelectual. Por fim, a Subseção 4.4 faz uma crítica à interpretação dada pela SDE à mencionada idéia de complementaridade.

4.1 O escopo da defesa da concorrência e da propriedade intelectual

A defesa da concorrência é um conjunto de ferramentas usado pelo Estado para proteger e promover o processo de competição, tendo como objetivo final a proteção do bem-estar do consumidor. Na ausência de competição, o poder de mercado é exercido e o preço de equilíbrio obtido situa-se acima do custo marginal⁸. Isso cria ineficiência alocativa e prejuízo ao bem-estar.

A defesa da concorrência é considerada uma importante fonte de eficiência produtiva, a qual ocorre quando as firmas produzem o máximo de produtos possível para uma dada quantidade de insumos, e eficiência dinâmica, a qual ocorre quando a sociedade consegue o benefício integral das inovações que são economicamente viáveis.

⁸ De acordo com a teoria econômica, se o mercado é caracterizado por competição perfeita, de tal modo que nenhum dos participantes tenha poder de mercado, o preço de equilíbrio será igual ao custo marginal.



A propriedade intelectual (“PI”) aloca direitos exclusivos, i.e., direitos de propriedade intelectual (“DPI”), para criadores, inventores e artistas. Como o custo de reproduzir idéias e inovações tende a ser baixo e algumas vezes próximo a zero, DPIs encorajam inovações futuras ao permitir que seus proprietários sejam recompensados pela sua utilização. Essa recompensa pode ocorrer de duas maneiras:

1. pelos lucros econômicos que o inovador pode obter por ser o único usuário da invenção; e / ou
2. através do licenciamento de DPIs e o consequente recebimento de *royalties* por sua utilização.

Como o objetivo da PI é induzir inovações que, em última instância, proporcionam melhores condições de preço, qualidade e diversidade de produtos disponíveis aos consumidores, essa política possui o mesmo objetivo final da defesa da concorrência, que é o de promover bem-estar social e do consumidor em particular.⁹

4.2 Há conflito entre defesa da concorrência e da propriedade intelectual?

À primeira vista, seria possível pensar que há um conflito inerente entre os direitos de propriedade intelectual e de defesa da concorrência. Contudo, para que essa afirmação seja verdadeira, duas condições devem valer.

Em primeiro lugar, é preciso existir um conflito entre competição (ou eficiência alocativa de curto prazo) e inovação (ou eficiência dinâmica de longo prazo).

Em segundo lugar, uma vez que a PI induz a inovação ao garantir poder de mercado aos inovadores e a defesa da concorrência tem o objetivo de restringir o uso do poder de mercado, os objetivos de política podem ser contraditórios apenas temporariamente.

⁹ O conceito econômico de bem-estar social varia entre jurisdições. Em alguns países, no total de bem-estar social considera-se tanto o bem-estar social dos consumidores quanto dos produtores. Em outros, apenas o bem-estar dos consumidores é levado em consideração.



4.2.1 Poder de mercado induz inovação?

A idéia de que poder de mercado é necessário para investimentos em pesquisa e desenvolvimento (“P&D”) tem origem no trabalho de Joseph A. Schumpeter nos anos 1940.¹⁰ Há duas razões pelas quais o poder de mercado poderia induzir inovação. Em primeiro lugar, lucros de monopólio podem ser importantes para financiar projetos de P&D. Em segundo lugar, poder de mercado gera lucros necessários para a apropriação dos benefícios oriundos de investimentos em P&D.

Scherer e Ross (1990) apontam que a primeira condição, a importância dos lucros de monopólio para financiar P&D, deve ser avaliada empiricamente. Infelizmente, como Scherer e Ross (1990) também notaram, essa é uma hipótese complexa de ser testada, uma vez que é difícil estabelecer qual a defasagem temporal entre lucros e investimentos em P&D e excluir da resposta dos lucros à inovação e outras variáveis que afetam tanto os resultados quanto as inovações tais como alterações na demanda.

Deve ser também notado que, para a primeira assertiva ser verdadeira, outras formas de financiamento de P&D, tais como crédito de mercado e programas de garantia de financiamento do governo, não poderiam estar disponíveis. Não há uma razão *a priori* para supor que isso seja verdade. Assim, a tese de que lucros de monopólio são necessários para financiamento de P&D não é robusta o bastante para servir como base para decisões de política pública.

Por outro lado, há uma literatura extensa que explora a relação entre estrutura de mercado e inovação.¹¹ A maior parte dessa literatura tem foco no efeito da estrutura de mercado na inovação (não considera o efeito que as inovações podem ter em forjar variáveis de estrutura

¹⁰ Schumpeter (1942) é a principal referência.

¹¹ Reinganum (1989) apresenta uma revisão dessa literatura.



de mercado tais como concentração e barreiras à entrada). Contudo, essa literatura apresenta resultados ambíguos.¹²

No entanto, uma das conclusões mais robustas dessa literatura pode ser apresentada com um modelo simples que demonstra a interação entre dois efeitos principais da competição sobre a inovação¹³:

- firmas sob forte pressão competitiva inovam rapidamente de modo a ser a primeira com o produto novo; e
- a existência de mais rivais divide os potenciais benefícios entre um maior número de participantes.

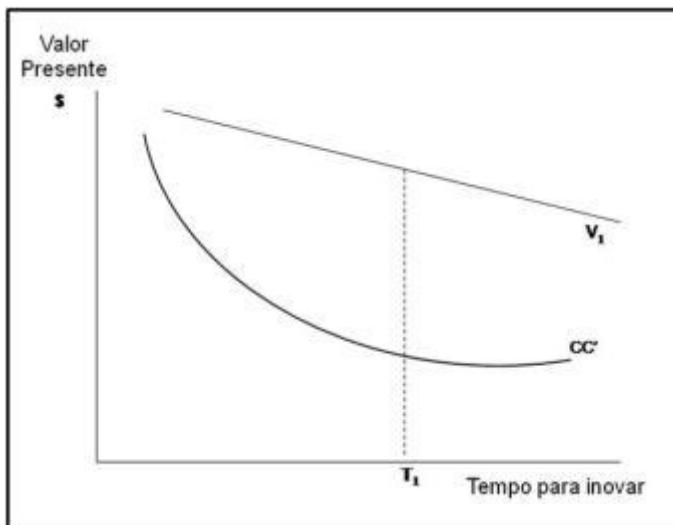
O modelo considera inovação como a velocidade de desenvolvimento de novos produtos (ou processos produtivos). Assume-se que, quanto mais rápido o novo produto é desenvolvido, maiores os custos de P&D. Apesar disso ser intuitivo, Scherer e Ross (1990) apresentam razões que justificam essa hipótese. Assim, existe um *tradeoff* entre custo e tempo no desenvolvimento de novos produtos, como apresentado na curva CC' no Quadro 23.

Além disso, quanto maior o tempo necessário para um novo produto ser introduzido ao mercado, menor o valor dos lucros da firma com esse produto. Esse *tradeoff* entre lucro e tempo é apresentado para o caso do monopolista (que é, nesse modelo, uma firma que apenas considera o desenvolvimento desse produto) como a curva V₁ no Quadro 23.

¹² Scherer e Ross (1990) assinalam que “virtually any market structure can be shown to have superior innovative qualities”.

¹³ Viscusi et alii (1995).

QUADRO 23: INCENTIVOS À INOVAÇÃO NO MONOPÓLIO



Fonte: adaptado de Viscusi et alli (1995)

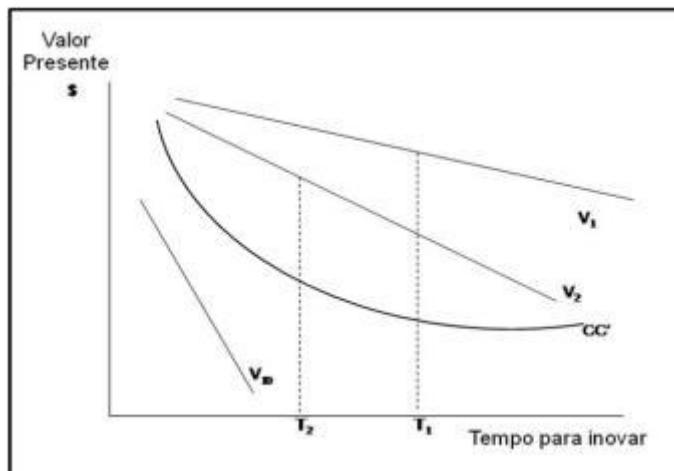
Seja T_1 o tempo ótimo em que o monopolista apresentado no Quadro 23 levará para desenvolver um produto novo. T_1 é o tempo que representa a maior distância entre as curvas V_1 e CC' , ou seja, onde a expectativa de maximização de lucro é otimizada¹⁴.

Agora, suponha que existe outra firma considerando o desenvolvimento desse novo produto. Este competidor encara o mesmo *tradeoff* entre custo e tempo (ou seja, a mesma curva CC'). Contudo, o conflito entre lucro e tempo é afetado pela presença de competição, que é agora representada por V_2 no Quadro 24. Essa nova curva deve ser menor e mais inclinada do que V_1 , uma vez que o total potencial de lucro de mercado precisa agora ser dividido entre duas firmas e o *payoff* por inovar mais cedo é maior (quanto mais rápido a firma inova para desenvolver seu produto, mais tempo será capaz de colher lucros de monopólio). Além do mais, como o número de rivais cresce, a curva que representa o conflito entre lucro e tempo se desloca para a esquerda e apresenta maior inclinação. O Quadro 24 mostra a curva que representa o *tradeoff* quando há dez rivais (V_{10}).

¹⁴ Em termos geométricos, este é o ponto em que duas curvas têm a mesma inclinação.



QUADRO 24: INCENTIVOS PARA INOVAR EM DIFERENTES ESTRUTURAS DE MERCADO



Fonte: Adaptado de Viscusi et alli (1995)

Duas conclusões podem ser retiradas do Quadro 24. Em primeiro lugar, inovações ocorrem mais rapidamente em um duopólio que em um monopólio (ou $T_2 < T_1$). Isto ocorre devido ao fato de que a competição cria incentivos para que as firmas queiram ser a primeira a inovar. Em segundo lugar, há casos em que o número de rivais é tão grande que qualquer investimento em P&D é não lucrativo, de modo que nenhuma inovação ocorre; ou em termos do Quadro 24, V_{10} está abaixo de CC' , implicando que os lucros esperados são menores do que os custos esperados com a inovação.

Como o número de rivais apresentado é meramente representativo e pode ser entendido como uma aproximação da intensidade da competição no modelo, é possível concluir que algum grau de competição é necessário para induzir inovação mais rápida. Porém, podem existir casos em que muita competição torna a inovação não lucrativa.

O modelo acima considera competição em P&D por si mesma, quando múltiplas firmas consideram o desenvolvimento de novos produtos. Contudo, se uma única firma é capaz de se engajar em uma determinada inovação, então, estar em um mercado mais competitivo tem apenas o efeito positivo para inovação.

Suponha que um monopolista produz a custo c_a e obtém um lucro igual a A. A companhia tem a escolha entre a soma F em P&D e então produzir ao custo mais baixo c_b , que a permite



obter um lucro maior B. Este monopolista irá apenas engajar-se em inovação caso a diferença entre B e A seja maior do que F (ou seja, o investimento é lucrativo).

Agora considere uma firma com a mesma estrutura de custos sob competição perfeita. Se a firma gasta F em P&D e passa a produzir ao custo c_b , será capaz de ofertar a todo o mercado e ganhar lucro de B, dessa maneira igualando o lucro a zero. Essa firma inovará se B^{15} for maior do que F. Como B é obviamente maior do que a diferença entre B e A, a firma sob pressão competitiva tem maior incentivo a inovar e, em casos onde F se encontra entre A e B, apenas a firma sob competição escolheria investir. Esse é o conhecido efeito de substituição de Arrow, devido ao fato de que, enquanto a firma sob competição substitui seus competidores quando inova, o monopolista substitui a si mesmo.

Existe uma extensa literatura empírica que versa sobre os efeitos da estrutura de mercado e competição sobre inovação¹⁶. Em geral, esta literatura empírica conclui, a partir da análise com dados ao nível da indústria de países desenvolvidos, que o efeito de concentração em P&D e inovação segue um formato de “U invertido”, ou seja, pouca competição ou muita competição dificultam a inovação. Além disso, a análise ao nível de dados da firma para Estados Unidos e o Reino Unido sugere que firmas maiores não são mais propensas a se engajar em inovação, assim não suportando a hipótese schumpeteriana inicial de uma relação simples entre monopólio e inovação.

A partir desta extensa literatura teórica e empírica, Scherer e Ross (1990) concluem:

“Schumpeter was right in asserting that perfect competition has no title to being established as the model of dynamic efficiency. But his less cautious followers were wrong when they implied that powerful monopolies and tightly knit cartels had any stronger claim to the title. What is needed for technical progress is a subtle blend of

¹⁵ Isto requer a hipótese de que a redução de custos seja alta o suficiente para fazer com o preço de monopólio sob custo c_b seja menor do que c_a (o preço que o competidor inovador pode ofertar o produto). Contudo, os principais resultados ocorrem sem esta hipótese. Para maiores detalhes, veja Motta (2004), que serve como base para o argumento apresentado.

¹⁶ Veja, por exemplo, Cohen e Levin (1989).



competition and monopoly, with more emphasis in general on the former than the latter.” (Scherer e Ross, 1990, p. 670)

Contudo, como notado por Motta (2004), é quase impossível utilizar os resultados acima em questões de defesa da concorrência ou propriedade intelectual. A “competição ótima para inovar” em qualquer mercado depende de uma enorme variedade de parâmetros que não podem ser diretamente observadas por aqueles que implementam as políticas.

Neste sentido, Motta (2004) desaconselha qualquer política que tente induzir o nível “correto” de competição em um determinado mercado. O autor também sublinha que reduzir o nível de competição em uma dada indústria de maneira a alcançar um nível teoricamente ótimo de inovação “*não é justificado por nenhuma teoria robusta*”.

Assim, a literatura teórica e empírica não sustenta a evidência de um claro conflito entre competição e inovação. É mais provável que tanto competição quanto uma certa quantia de poder de mercado sejam necessários para induzir o desenvolvimento de novos produtos e processos.

4.2.2 Propriedade intelectual garante poder de mercado?

Esta subseção responde a segunda condição, que estabelece que DPIs transferem poder de mercado para inovadores, assim promovendo o fenômeno que a política antitruste visa a combater.

A parte enganosa dessa condição não é na sua lógica, mas na maneira em que apresenta o objetivo da defesa da concorrência e os mecanismos a partir dos quais a política de PI induz inovação.

Em primeiro lugar, é preciso notar que DPIs não necessariamente criam ou garantem poder de mercado. Essa visão é praticamente consensual tanto na academia quanto na política pública¹⁷. O produto ou processo de produção que é protegido pelo DPI pode ter substitutos

¹⁷ Esta visão foi argumentada em uma conferência da OCDE sobre PI e antitruste.



que permanecem desprotegidos. No jargão da análise antitruste, DPIs garantem poder de mercado sobre produtos específicos, mas não sobre todos os mercados relevantes. Na maioria dos casos, o esperado é que o produto sob proteção de DPI corresponda apenas a uma fração do mercado relevante.¹⁸ Além disso, DPIs usualmente contêm mecanismos que permitem a possibilidade de competição como no caso da licença compulsória.

Em segundo lugar, “a restrição ao uso do poder de mercado” pode não ser uma descrição precisa de política de defesa da concorrência. Uma das doutrinas básicas de antitruste é que o poder de mercado não é, por si só, ilegal. Algum grau de poder de mercado é necessário para a ocorrência de outras eficiências reforçando fenômenos tais como economias de escala e escopo, sinergias, economias de custos de transação e, também, inovação¹⁹. De fato, o problema reside no abuso de poder de mercado.

Então, está claro que: i) é enganoso assumir que DPIs necessariamente criam ou garantem poder de mercado; e ii) desafiar a possibilidade de poder de mercado garantido por DPIs não é um objetivo da defesa da concorrência. Desse modo, parece ser mais adequado pensar nas duas políticas não como contraditórias, mas como complementares.

Há duas recomendações sobre como as autoridades de PI poderiam abordar questões de defesa da concorrência. Em primeiro lugar, a inclusão de uma avaliação rigorosa de questões de competição na análise de DPIs provavelmente geraria mais custos do que benefícios. Em segundo lugar, a permissão para revisões após a garantia e oposição por terceiros e entidades governamentais pode diminuir os casos em que DPI permite práticas anticompetitivas.

Evidências de alguns países selecionados sugerem dois fatos²⁰. Em primeiro lugar, não há uniformidade em estabelecer previsões específicas para condutas competitivas relacionadas à DPI ou, para mecanismos de isenção para detentores de DPI. Em segundo lugar, o fato de que a maioria das legislações antitruste inclui inovação como uma questão importante para ser

¹⁸ O mercado relevante é composto pelo menor grupo de produtos e a menor área geográfica em que é plausível assumir a possibilidade de exercício de poder de mercado.

¹⁹ Veja Gallini e Trebilcock (1998).

²⁰ Esta evidência está contida em estudo da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI). Os países selecionados são EUA, Brasil, Índia, África do Sul, México, Reino Unido e Canadá.



levada em consideração na revisão de fusões assinala que: i) eficiência dinâmica é um objetivo de defesa da concorrência, e ii) a possibilidade de aplicar a abordagem de mercados de inovação é presente na maioria dos países.

4.3 Defesa da concorrência e propriedade intelectual como políticas complementares: a evidência empírica

O objetivo desta seção é testar empiricamente a relação entre competição e uso do sistema de propriedade intelectual com o uso de dados nacionais. A seção é baseada nos resultados obtidos por Oliveira e Fujiwara (2006). Os principais resultados estão descritos nos parágrafos abaixo. O detalhamento do exercício econômétrico está no Anexo 1.

4.3.1 Dados de competição a nível nacional e uso de sistemas de PI

Obter dados que possibilitem uma medida significativa e comparável de competição a nível nacional não é trivial. A medida precisa de poder de mercado prevista pela teoria econômica (a diferença entre preços e custos marginais) é difícil de ser observada na prática.²¹

Esse trabalho utiliza uma amostra de 4.000 firmas em 36 países retirado do *World Business Environment Survey* (WBES) conduzido pelo Banco Mundial no período 1999-2000.²² A pesquisa utiliza questões qualitativas sobre o ambiente em que estas firmas operam. Dentre as diversas questões perguntadas, são de maior interesse para esta análise:

Julgue em uma escala de 1 a 4, o nível de dificuldade dos seguintes fatores para a operação e crescimento de seu negócio:

[...] práticas anticompetitivas pelo governo ou pelo setor privado”

²¹ A literatura econômica usualmente aplica métodos que permitem a mensuração do custo marginal, mesmo quando o pesquisador está estudando um único mercado e possui dados detalhados. Uma introdução a este tema pode ser encontrada em Church e Ware (2002).

²² A pesquisa entrevistou 10.000 firmas em 81 países. Contudo, devido ao fato de que a informação sobre PI não está disponível para alguns países e que existem muitos casos de dados faltantes (devido a questões que as empresas não responderam) no WBES, apenas 4.315 observações puderam ser de fato utilizadas.



“Avaliar em uma escala de 1 a 4 o grau de seriedade dos problemas associados às seguintes práticas de seus concorrentes:

[...] eles violam meus direitos de cópia, patentes ou marcas”

A graduação utilizada foi a seguinte:

1 – não representa obstáculo;

2 – obstáculo menor;

3 – obstáculo moderado

4 – obstáculo importante

As respostas para a primeira questão são uma medida significativa e comparável da (falta de) qualidade do ambiente de competição para um dado país. Essa variável, o índice de prática anticompetitiva (IPA), mede, em escala discreta de 1 a 4, quão problemáticas são as práticas anticompetitivas para uma dada firma. Uma medida comparável de poder de mercado, se disponível, não seria tão relevante para este estudo, uma vez que, como discutido na seção anterior, a defesa da concorrência não objetiva combater o poder de mercado *per se*, mas práticas que permitem estendê-lo, obtê-lo ou mantê-lo.

A resposta para a segunda questão pode medir um atributo qualitativo dos sistemas de PI: quão (des)preparados eles estão para fazer cumprir os direitos que estão garantindo. Doravante nós nos referiremos a essa variável como o índice de violação de PI (“IVPI”). A partir da média das respostas das firmas em um determinado país, é possível calcular tanto o IPA quanto o IVPI ao nível nacional.

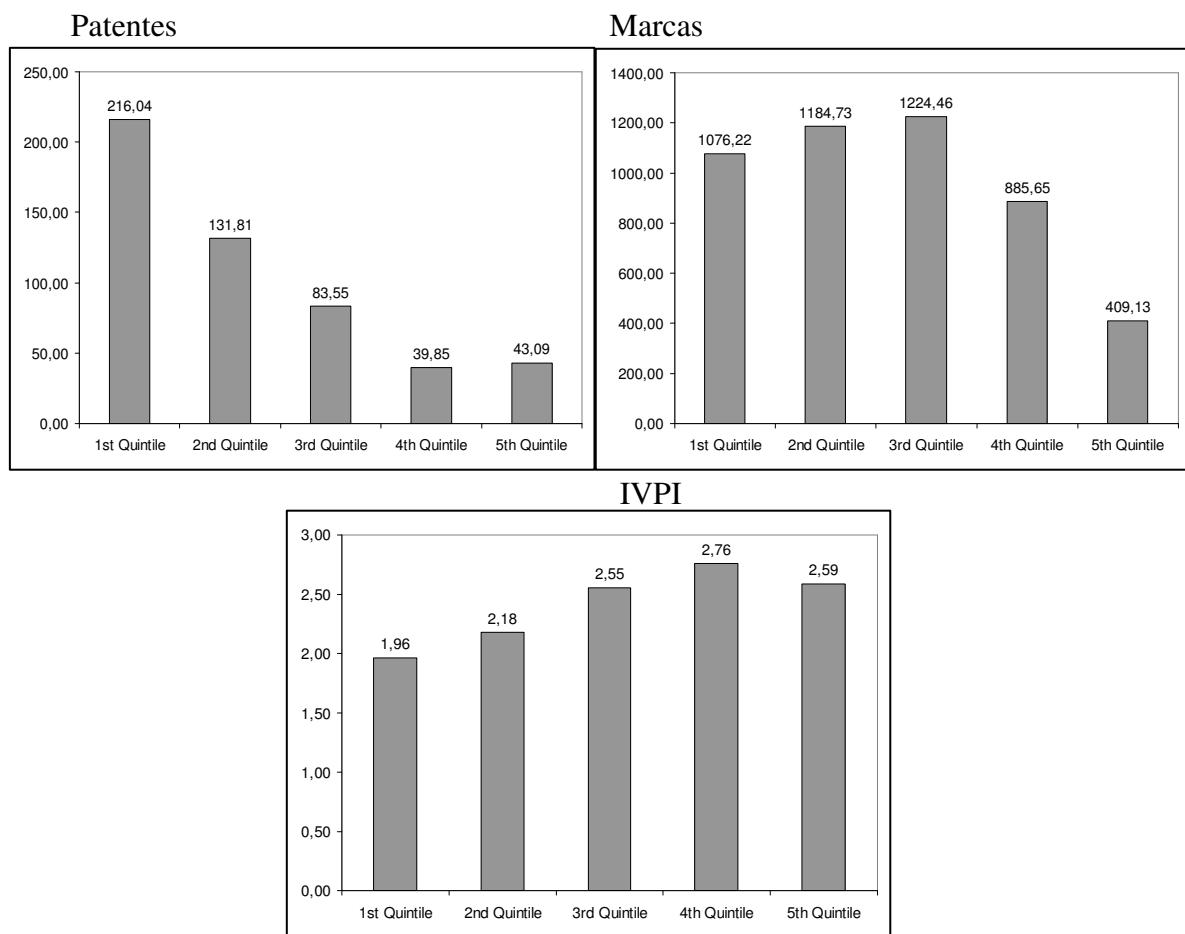
Duas outras medidas do uso de PI são também utilizadas. O número de patentes e marcas concedidas em 1999 no país de origem da firma (medido em termos de patentes/marcas por



mil pessoas).²³ Estes dados foram obtidos através da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI).

Para uma introdução à relação entre as três variáveis de PI e o IPA, o Quadro 25 apresenta o número médio de patentes, marcas e o IVPI por quintil do índice de prática anticompetitiva.

QUADRO 25: MÉDIA DOS ÍNDICES DE DIREITO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL POR QUINTIL DO ÍNDICE DE PRÁTICA ANTICOMPETITIVA



Fonte: Elaboração própria a partir da base de dados da OMPI e do Banco Mundial.

O Quadro 25 sugere que práticas anticompetitivas não são obstáculos significantes para firmas em países com maior uso de sistemas de patentes e proteção à marca. Além disso, a

²³ Dados do Penn World Tables – Versão 6.1 (Heston, Summers and Aten, 2002).



significância das violações de PI como uma preocupação para os negócios das firmas é positivamente correlacionado com a significância das práticas anticompetitivas.

4.3.2 Resultados

Uma vez que o IPA é uma variável discreta, a estratégia empírica é estimar um modelo de probit ordenado para a resposta da firma à questão sobre o IPA. Basicamente, assume-se que existe uma variável latente teórica Y_i^* que é contínua e dada por:

$$Y_i^* = X_i\beta + e_i \quad (1)$$

Onde X_i é um vetor $I \times K$ de variáveis para a firma i , β é um vetor $K \times I$ de parâmetros desconhecidos e e_i é a perturbação estocástica com distribuição normal padrão. A variável Y_i^* define a resposta para a questão sobre o API:

Os resultados do exercício econométrico indicam que maior uso do sistema de patentes e maior capacidade de fazer cumprir a legislação fazem o DPI diminuir a probabilidade das firmas terem problemas com práticas anticompetitivas. Além disso, o maior uso do sistema de patentes não está correlacionado com um aumento na ocorrência de problemas relacionados com práticas anticompetitivas.

Os resultados mostram que o maior e melhor uso do sistema de patentes e maior capacidade de fazer cumprir os DPIS de um país diminuem a probabilidade de suas firmas terem problemas com práticas anticompetitivas. Contudo, a análise estatística indica que o sistema de patentes não tem efeito no índice de prática anticompetitiva. Estes resultados indicam que propriedade intelectual e antitruste são políticas complementares e não contraditórias.



4.4 Crítica à interpretação da SDE sobre complementaridade entre defesa da concorrência e propriedade intelectual

Em seu parecer, a SDE reconhece a complementaridade entre defesa da concorrência e proteção à propriedade intelectual. Entretanto, recusou-se a analisá-la em detalhe no caso concreto os efeitos dos registros de desenho industrial sobre os mercados de reposição de autopeças, o que contraria a própria idéia de complementaridade entre defesa da concorrência e propriedade intelectual.

De fato, a SDE apenas assumiu que o legislador teria privilegiado a proteção à propriedade intelectual, por considerar que, no médio e longo prazo, corria-se o risco de haver menos investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D) em virtude de suposto desrespeito a direito de propriedade intelectual. Nesse contexto, alegou que “*eventual exclusão do mercado secundário de autopeças da proteção de propriedade industrial atualmente assegurada deveria ser debatida perante o Poder Legislativo e não no âmbito de processo administrativo sancionador*” e que o papel a ser desempenhado pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, “*se julgado adequado pelos órgãos integrantes desse Sistema, seria o de advocacia da concorrência junto ao Poder Legislativo*”.

Sobre o argumento de que os registros de desenho industrial deveriam ter seus efeitos limitados ao mercado primário, a SDE afirmou que “*para manter os incentivos à inovação, o legislador pátrio não diferenciou entre mercado primário (foremarket) e secundário (aftermarket) de peças automotivas. Isto é, uma vez conferido o registro de desenho industrial pelo INPI, a proteção estende-se a ambos os mercados*” (...).

Preocupa particularmente a concepção estritamente formal de complementaridade entre defesa da concorrência e proteção à propriedade intelectual adotada pela SDE. Sob o argumento de que essa foi a “opção do legislador”, a análise da SDE acabou se furtando de buscar no caso concreto o aprofundamento da análise dos efeitos dos registros de desenho industrial nos diferentes mercados relevantes envolvidos. Ora, tal tarefa é imprescindível em uma visão - como pretende ser a do parecer da SDE – que parte da premissa de que propriedade intelectual e defesa da concorrência são, de fato, complementares.



Neste sentido, o entendimento adotado pela SDE se afasta da própria essência da idéia de complementaridade. Se há complementaridade cabe à autoridade desvendar no caso concreto o melhor balanço entre defesa da concorrência e proteção à propriedade intelectual. Isso porque o reconhecimento dessa complementaridade pressupõe o entendimento de que o legislador não tomou partido de uma ou outra tese. Tratou apenas de definir as condições e contornos para obtenção do registro. Os limites de seus efeitos, nos casos concretos, devem ser estabelecidos pelas autoridades regulatórias.



5 POTENCIAL DE ABUSO DE PODER ECONÔMICO EM CASOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E DANOS AO MERCADO CONSUMIDOR

O objetivo deste capítulo é apresentar o potencial de abuso de poder econômico em casos de concessão de direitos de propriedade intelectual e seus danos ao mercado consumidor. Na Subseção 5.1 dois exemplos intuitivos mostram de forma heurística a alteração do padrão de concorrência no mercado de peças de reposição devido à extensão aos mercados secundários de direitos de propriedade que uma montadora poderia deter no mercado primário.

Na Subseção 5.2 são apresentados casos concretos sobre as diferentes dinâmicas concorrenciais dos mercados em que há também participação dos fabricantes independentes comparados aos mercados em que as montadoras possuem monopólios devido à concessão de direitos de propriedade intelectual.

5.1 A dinâmica concorrencial no mercado de peças de reposição

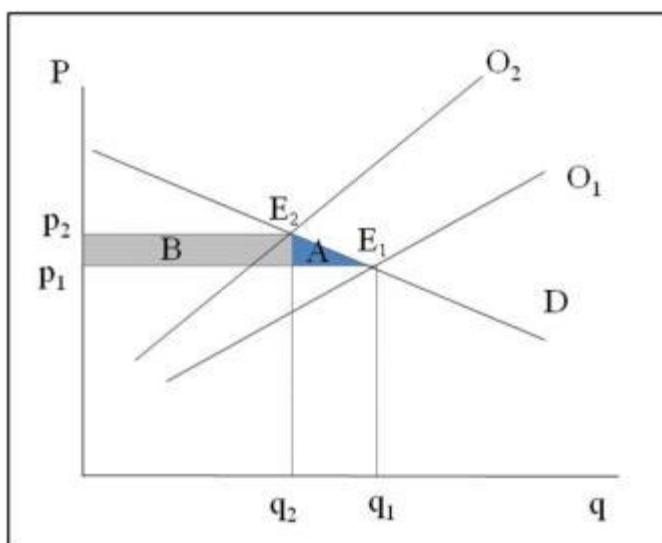
O Quadro 26 mostra um exemplo intuitivo do possível efeito de uma restrição à oferta em um mercado específico de peças de reposição de automóveis. Suponha o mercado de reposição de maçanetas do carro W da montadora W. Em um primeiro momento, concorrem no mercado de reposição de maçanetas desse carro tanto uma repositora autorizada quanto repositoras independentes. O equilíbrio de mercado é representado pelo ponto E_1 em que a quantidade q_1 é vendida ao preço p_1 .

Suponha agora que é concedido à montadora W registro de desenho industrial sobre a maçaneta, tomada como peça isolada. Neste caso, as firmas repositoras independentes são retiradas do mercado, que passa a se caracterizar como monopólio da firma autorizada. O novo equilíbrio de mercado é representado pelo ponto E_2 em que o preço do produto (p_2) é maior e a quantidade vendida (q_2) é menor. Nesta nova dinâmica de mercado, a montadora passa a escolher o preço que maximiza lucro e com isso se apropria de parte do excedente do



consumidor, correspondente à área B. No entanto, essa não é a única mudança trazida por tal alteração na estrutura de mercado. De fato, há uma perda líquida de bem-estar social²⁴ representado pela área A, que é perdida pelo consumidor e não é apropriada por nenhum agente, constituindo peso morto.

QUADRO 26: DESLOCAMENTO DA OFERTA DEVIDO A UMA RESTRIÇÃO IMPOSTA POR DPI NO MERCADO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO



Fonte: elaboração própria

Outra maneira de se ilustrar o caso de um mercado específico de peças de reposição é uma estrutura de firma dominante²⁵. Suponha um mercado em que uma firma autorizada (firma dominante) detém a maior parte do mercado e algumas firmas independentes menores também atuam, constituindo uma franja de mercado. Nesse mercado, a maximização de lucro

²⁴ Neste caso considera-se o bem estar social como a soma dos excedentes do consumidor e do produtor.

²⁵ A ANFAPE forneceu a estimativa de participação de mercado de 95% para a autorizada no mercado de capôs do veículo da Volkswagen Gol Geração 4. Este índice foi calculado com base na frota circulante do veículo (786 mil), no índice de sinistralidade 17% ao ano (de acordo com informações do Sindipeças), na hipótese de que 70% das colisões são dianteiras e exigem troca do Capô. A partir desses dados, teríamos que mensalmente 7 mil capôs desse veículo teriam que ser repostos no Brasil. Uma vez que uma das associadas da ANFAPE é a única fornecedora independente do capô desse veículo no Brasil, a venda mensal total da montadora é a diferença entre a demanda total por capôs para reposição e a venda mensal da associada da ANFAPE, que neste caso é de cerca de 400 capôs. Ainda que esta estimativa não constitua dado oficial, é razoável supor que em alguns mercados de peças de reposição as firmas independentes atuam na franja, caracterizando uma estrutura de mercado com firma dominante.



da firma dominante depende de quanto as firmas menores ofertam dado o preço que a firma dominante escolhe. Assim, tanto as ações da líder influenciam as seguidoras, como a capacidade de resposta das seguidoras influencia a escolha de preço da líder. O problema de maximização de lucro da líder será:

$$\max p(y_1 + y_2)y_1 - c(y_1)$$

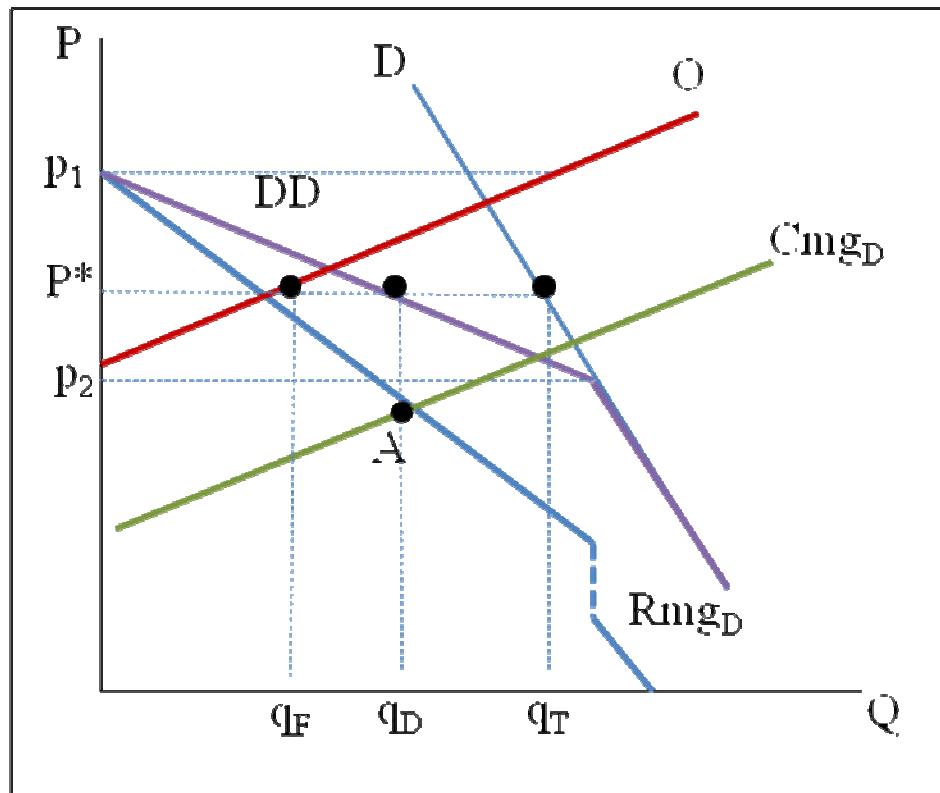
Na equação acima y_1 e y_2 são as quantidades produzidas respectivamente pela firma dominante e pela firma seguidora, p é o preço e $c(y_1)$ é o custo de produção da firma 1. Vale notar que em um caso em que a firma y_2 ficasse proibida de produzir devido à interpretação de que a proteção de desenho industrial deveria ser estendida ao mercado secundário, o problema de maximização da firma y_1 passaria a ser o de uma firma monopolista:

$$\max p(y_1)y_1 - c(y_1)$$

O Quadro 27 mostra como a firma dominante escolhe o preço. Esta firma determina a sua demanda, aqui representada pela curva D_D . Como mostra o quadro, esta demanda é justamente a diferença entre a demanda de mercado e a oferta da franja. Entre os preços p_1 e p_2 , a firma dominante encara a curva de demanda D_D . No ponto A, em que a curva de custo marginal e receita marginal da firma se cruzam, ocorre a maximização de lucros da firma. A este preço a firma vende a quantidade Q_D e as firmas menores vendem agregadamente Q_F , resultando em uma quantidade total Q_T . A grande questão nesta estrutura de mercado é como a firma dominante escolherá seu preço tendo em vista a capacidade de produção das firmas menores.

A capacidade da firma dominante escolher o preço que maximiza lucro é tanto maior, quanto menor a capacidade de reação da franja de mercado. Assim, em um extremo – em que a capacidade de produção da franja é zero, o equilíbrio de mercado será idêntico ao equilíbrio de monopólio. Por outro lado, quando a capacidade de oferta das firmas na franja é maior, é possível supor que a firma dominante estabelece um preço menor. Portanto, a franja com maior capacidade de produção é benéfica para o consumidor, uma vez que leva a preços menores.

QUADRO 27: ESCOLHA DE PREÇO PELA FIRMA DOMINANTE



Fonte: Adaptado de Pindyck e Rubinfeld (2001)

Há outras três consequências que podem ser mencionadas, além da perda de bem-estar social. Em primeiro lugar, haveria **redução da disponibilidade** desse produto em mercados específicos (regiões mais distantes dos grandes centros consumidores). Como foi mostrado na Seção 3, as produtoras de peças de reposição autorizadas produzem em maior escala e com isso preferem se especializar em atender os grandes centros.

Em segundo lugar, deve-se mencionar o **efeito negativo no mercado de oficinas**, na medida em que o funcionamento de boa parte delas depende do fornecimento de peças produzidas por empresas independentes. Restringir o mercado as peças de reposição autorizadas também poderia, em grande medida, levar a uma diminuição da capacidade de atendimento das oficinas independentes, o que tornaria o consumidor mais dependente das oficinas autorizadas.



Por fim, não se pode deixar de mencionar que deixar todo o mercado secundário sob o controle das montadoras pode levar a incentivos perversos com relação à durabilidade das peças dos carros. Se não há concorrência no mercado secundário e a estratégia de maximização de lucros da montadora implica em aumentar o giro dos carros em circulação, ela pode ter como estratégia dificultar a reposição, seja por preços mais altos, seja por prazos maiores para entrega. Assim, o consumidor estaria estimulado a trocar de carro com maior freqüência. A existência de concorrência no mercado de reposição enfraquece esta possível prática da montadora.

Os exemplos intuitivos apresentados mostram que a interpretação de que a concessão de proteção ao desenho industrial implica em concessão de monopólio no mercado de peças de reposição tem como resultado a criação de ineficiência alocativa. No entanto, deve-se ponderar se há elementos que levem a conclusão de que essa interpretação favorece um aumento da eficiência dinâmica, que poderia aumentar o bem-estar da sociedade devido à maximização das inovações que são economicamente viáveis.

Como argumentado no capítulo 4, defesa da concorrência e PI tem o mesmo objetivo final, ou seja, promover o bem-estar social. No caso europeu, a Comissão da Comunidade Européia entendeu que deve haver liberação completa do mercado de reposição de peças must-match²⁶. Esta proposta se baseia em três motivos principais. Em primeiro lugar, o objetivo da proteção de desenhos industriais deve recair sobre a aparência do produto e não sobre o produto em si. No caso dos veículos, é razoável interpretar que esta proteção esteja garantida no mercado primário, mas não a sua imposição no momento de uma necessária substituição. Em segundo lugar, a proteção de desenhos industriais em relação aos quais não existe alternativa prática gera uma situação de monopólio. Em terceiro lugar, a autorização para produção independente de peças de reposição leva à concorrência no mercado. Dessa maneira, se a proteção de desenho industrial for estendida ao mercado secundário, os produtores independentes teriam de ser excluídos do mercado e, com isso, haveria uma situação de monopólio.

²⁶ Esta seção se baseia em KUNTZ (2009).



Em outro ponto, relacionado à hipótese de que as peças de reposição não originais não teriam qualidade satisfatória para substituir as peças originais, a Comunidade Européia ponderou que este aspecto não faria parte do escopo da propriedade intelectual. Esta tem o objetivo de premiar seus criadores pelo design da peça e não os atributos específicos de qualidade e segurança do produto. Estes atributos são, de fato, muito importantes e por isso devem possuir órgão que zele por sua observância. Porém, esta não é uma competência da autoridade de PI.

O problema de se estender a proteção industrial ao mercado secundário é abordado por KUNTZ (2009):

“O fato inovador do desenho industrial deixa-se explicar pelo argumento de que a criatividade de design faria do produto um bem mais atrativo o que fomentaria a concorrência. Enquanto o design do pára-lama pode influenciar o consumidor em sua decisão de preferir determinado automóvel, visto sob a perspectiva do mercado secundário de peças de reposição o design desta peça não exerce mais qualquer influência na escolha do consumidor, uma vez que ele não tem opção de manifestar sua preferência neste mercado, pois a opção entre as alternativas de design dos veículos foi feita no momento da compra do produto primário. A compra da peça de reposição no mercado secundário não será, por sua vez, movida por critérios de preferência, mas antes da necessidade”.

Assim, nesta estrutura de mercado, a extensão de direitos de propriedade industrial ao mercado secundário só faria sentido se ficasse comprovado que o monopólio no mercado secundário é condição necessária para a ocorrência de inovações no mercado primário e ainda que esta inovação, associada à restrição no mercado primário, traz benefícios em termos de bem-estar social para os consumidores. Se não for possível afirmar que a restrição no mercado secundário é condição necessária para a inovação, então a restrição teria um efeito líquido negativo para os consumidores, que enfrentariam um mercado monopolista em momento de necessidade de reposição de peça. De fato, ainda que se comprove que as restrições no mercado secundário favorecem a inovação, o ideal seria comprovar que o efeito positivo para o consumidor derivado da inovação mais do que compensa o efeito negativo da restrição no



mercado de peças de reposição. Ademais, no caso concreto, é questionável que as montadoras tenham efetivamente por objetivo assegurar, mediante o registro de desenho indústria como destacado pelo Professor Newton Silveira²⁷, ao tratar do desvio de função na utilização do instituto de desenho industrial:

“(...) as montadoras não solicitam registro de desenho industrial para o “design” de seus carros completos, o que demonstra que não estão preocupadas com o estímulo às criações de “design”...”

Solicitam, sim, registro das partes de reposição, o que demonstra que pretendem, na verdade, monopolizar o mercado secundário.

A finalidade precípua da proteção ao design industrial é estimular o desenvolvimento da criatividade no campo dos produtos industriais. O produto, no caso, é a carroceria como um todo, e não as partes isoladas que não passam de consequência do projeto, “consequência” essa utilizada pelas montadoras para o exercício abusivo de controlar o mercado de reposição.

Assim fazendo, em lugar de exercerem a função social da propriedade industrial (Constituição. Art. 5º, XXIX), praticam evidente disfunção social.

À guisa de uma discussão detalhada de todos os mercados envolvidos, a próxima subseção oferece um exemplo concreto dos efeitos negativos da extensão abusiva dos registros de desenho industrial.

5.2 Casos concretos – capô e pára-lama de carros populares

Uma maneira intuitiva de ilustrar o efeito da concorrência no mercado de reposição é a comparação deste mercado na presença e na ausência de registro de desenho industrial. O

²⁷ Trecho extraído de parecer emitido para a ANFAPE, intitulado “O ABUSO DAS MONTADORAS FACE ÀS FABRICANTES INDEPENDENTES DE AUTOPEÇAS: Partes isoladas do desenho industrial de um produto seguem sendo um desenho industrial?”, pág. 25).



modelo Ford Fiesta 2003/2006 possui registro de desenho industrial, o que não ocorre com outros modelos da mesma categoria como, por exemplo, o Celta, ou o Gol. De acordo com informações da ANFAPE, carros desse porte têm pára-lama cotado pelo mercado independente a R\$ 125 e capô a R\$ 300 e a entrega é feita no momento da compra.

Quando olhamos o caso de um produto sem DI, os preços na concessionária serão maiores. No caso do GOL Geração 3, pára-lama e capô custariam, respectivamente, R\$ 225 e R\$ 544. Esta diferença de preços pode ser explicada por alguns fatores como a preferência pela marcas mais consagradas como as autorizadas, ou ainda a vantagem em termos de acessibilidade que as concessionárias (que vendem majoritariamente peças de reposição autorizadas) têm em relação a revendedoras menores (que vendem majoritariamente peças de reposição independentes).

No caso do Fiesta modelo 2003/2006, de acordo com informações fornecidas pela ANFAPE, os preços em concessionária, do pára-lama e do capô são, respectivamente R\$ 340 e R\$ 1.098, valores maiores tanto na comparação com o mercado independente, quanto na comparação com o mercado de reposição para carros sem DI. Esse diferencial de preços é um indicativo de que a ausência de concorrência no mercado tem influência sobre os preços. O Quadro 28 resume a comparação entre os três casos. Além disso, neste caso o estabelecimento necessita de 12 dias úteis para entregar os produtos.

QUADRO 28: PREÇOS DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO EM MERCADOS COM E SEM DI

Peças	Independente	GOL G3 (sem DI)	Ford Fiesta (com DI)
Capô (preço em R\$)	300	544	1098
Diferença com relação à independente	-	81%	266%
Pára-lama (preço em R\$)	125	225	340
Diferença com relação à independente	-	80%	172%



6 CONCLUSÕES

Os próximos parágrafos sumariam as principais conclusões deste parecer. Sete pontos merecem destaque. Em primeiro lugar, a definição do mercado relevante na dimensão produto deve levar em conta a segmentação deste mercado tanto na dimensão peça quanto na dimensão veículo. Assim, como regra geral, teremos o mercado relevante de faróis esquerdos de Chevrolet Celtas; o mercado relevante de capôs de Ford K; entre outros. Participam do mercado as próprias montadoras, firmas autorizadas e firmas independentes.

A definição de apenas um mercado agregado de autopeças de reposição, como proposto pela SDE, constitui grave equívoco e afeta diretamente os resultados da avaliação concorrencial. Tal agregação mascara a posição dominante das montadoras em diversos mercados de peças de reposição, ocultando o efeito concorrencial negativo da extensão para os mercados secundários dos registros de desenho industrial em casos nos quais ocorre acentuado reforço de posição dominante.

Em segundo lugar, cumpre propor definição precisa do produto peças de reposição no sentido de caracterizar corretamente os agentes deste mercado. A revisão de documentos recentes que trataram do assunto apontou para o fato de que não se procurou fazer uma definição acurada desse produto, inclusive com a comparação equivocada das empresas do segmento de peças de reposição com “empresas piratas”. De acordo com as normas da ABNT, a correta caracterização seria de peça de reposição ou peça pós-venda, ou seja, aquela que é destinada a substituir a peça de produção original ou peça de reposição original, caracterizada pela sua adequação ou intercambialidade podendo ou não apresentar as mesmas especificações técnicas, característica de qualidade (por exemplo, material, resistência, tratamento de beneficiamento, desempenho e durabilidade) da peça de produção original.

A tentativa de associar os fornecedores de peças independentes a empresas “piratas” constitui absoluta distorção dos fatos. Na mesma direção, é preciso distinguir entre o mercado formal de peças independentes e segmentos informais. As peças independentes sob exame atendem às normas técnicas vigentes. Os fabricantes que atuam nesse nicho não praticam pirataria, nem podem ser confundidos com falsificadores, pois não se trata de induzir o



consumidor a erro, mas de oferecer um produto genérico, similar. Ironicamente, a tentativa de diminuir a concorrência representada pelos produtores independentes eleva sensivelmente os preços das peças, aumentando o estímulo aos segmentos informais em prejuízo da economia e do consumidor. As restrições geram, além disso, incentivos perversos de aumento da informalidade nos mercados de peças, repercutindo negativamente sobre os índices de furtos e ocorrências de desmanches criminosos.

Em terceiro lugar, o mercado de peças de reposição não deve ser confundido com o mercado de peças *tunning*. Peças *tunning* são aquelas que têm como característica fundamental a diferenciação com relação à peça original do carro. Dessa maneira, o consumidor interessado em peças *tunning* tem por objetivo personalizar o carro com alterações nas rodas, pneus, retrovisores, e diversas outras peças do carro. Assim, as peças *tunning* não fazem parte do mercado relevante de peças de reposição, que por sua vez, atendem basicamente a consumidores que precisam trocar a peça, normalmente danificada em casos de colisão.

Em quarto lugar, verificou-se que uma boa aproximação para um determinado mercado de peça de reposição para um veículo específico pode ser a estrutura de firma dominante. Nesta segmentação há uma firma que possui a maior fatia do mercado e uma franja que vende para o restante dos consumidores. No caso em voga, a firma dominante seria a própria montadora, ou uma firma autorizada e a franja representada pelas firmas independentes. Neste tipo de estrutura, a maximização de lucro da firma dominante depende de quanto as firmas menores ofertam dado o preço que a firma dominante escolhe. Assim, caso as firmas menores ficassem proibidas de produzir devido à interpretação de que o proteção de desenho industrial deveria ser estendida ao mercado secundário, o problema de maximização da firma dominante passaria a ser o de uma firma monopolista.

Em quinto lugar, as restrições impostas à oferta de peças de reposição podem causar a diminuição do bem-estar social mediante três canais: i) **aumento do preço dos produtos ofertados;** ii) **redução da disponibilidade** desses produtos em mercados específicos (regiões mais distantes dos grandes centros consumidores); e iii) **efeito negativo no mercado de**



oficinas, na medida em que o funcionamento de boa parte delas depende do fornecimento de peças produzidas por empresas independentes.

Em sexto lugar, reforçou-se a noção de complementaridade entre defesa da concorrência e defesa da propriedade intelectual, provendo argumentos conceituais e empíricos. Os resultados do estudo econômétrico indicam que o maior e melhor uso do sistema de patentes e maior capacidade de fazer cumprir os DPIs de um país diminuem a probabilidade de suas firmas terem problemas com práticas anticompetitivas. No entanto, é preciso ter claro que as duas áreas interdependentes e não estanques. O reconhecimento dessa complementaridade implica a impossibilidade de se considerar *a priori* e em abstrato a prevalência do direito de propriedade intelectual sobre a livre concorrência. Não havendo uma preferência legal pré-estabelecida em favor da proteção dos direitos de propriedade intelectual, cabe às autoridades de defesa da concorrência verificar no caso concreto os efeitos desses direitos nos mercados relevantes envolvidos. A existência de um direito de propriedade intelectual legalmente constituído não pode servir de pretexto para, por si só, constranger a concorrência. As defesas da propriedade intelectual e da livre concorrência têm em comum o objetivo de favorecer o bem-estar social. A opção por uma ou por outra no caso concreto, portanto, depende de saber qual delas, no longo prazo, será mais favorável ao bem-estar social. Não raramente a resposta a essa questão implicará a limitação dos efeitos de um dado direito de propriedade intelectual em mercados relevantes específicos.

Por fim, em sétimo lugar, considerando os registros industriais de autopeças e seus efeitos nos diversos mercados relevantes no Brasil, é legítima sua aplicação no mercado primário de venda de veículos novos. Já a extensão automática de seus efeitos aos mercados relevantes secundários de reposição de autopeças deve ser analisada com cautela, pois restringe as alternativas de compra do consumidor, gera aumento arbitrário de lucros e reforça a posição dominante das montadoras. Não há evidências de que a extensão dos efeitos do registro industrial ao mercado secundário se faz necessária para assegurar incentivos econômicos à pesquisa e desenvolvimento das montadoras; a proteção no âmbito do mercado primário presume-se suficiente. Os efeitos líquidos da extensão da proteção dos registros industriais aos mercados secundários de reposição de peças, portanto, mostram-se negativos ao bem-estar social. Nesse contexto, ao buscar impor os registros industriais nos mercados relevantes



secundários de reposição de autopeças, utilizando diferentes formas de constrangimento à concorrência, as montadoras praticam infração econômica nos termos do artigo 20 da Lei Federal nº 8.884/94.

São Paulo, 09 de junho de 2009.

Gesner Oliveira

Lucas Prado

Pedro Scazufca



7 REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei 8884, de 11 de junho de 1994. Transforma o Conselho Administrativo de Defesa Econômica em autarquia, dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica e das outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/>

CHURCH, J. and WARE, R. *Industrial Organization: a strategic approach.* Irwin/McGraw-Hill, 1999.

GALLINI, N. T. and TREBILCOCK, M.J. Intellectual Property Rights and Competition Policy: A Framework for the Analysis of Economic and Legal Issues. In: ANDERSON, R.D. and GALLINI, N.T. *Competition Policy and Intellectual Property Rights in the Knowledge-Based Economy*, Calgary: University of Calgary Press, 1998.

HESTON, A., SUMMERS, R. and ATEN, B. *Penn World Tables Version 6.1.* Center of International Comparisons at the University of Pennsylvania: 2002.

KUNTZ, K.G., O Desenho Industrial como Instrumento de Controle Econômico do Mercado Secundário de Peças de Reposição de Automóveis – Uma Análise Crítica a recente Decisão da Secretaria de Direito Econômico (SDE). *Revista Criação, Ano I – Número I.* Editora Lumens, 2009.

LEVIN, R. and COHEN, W. Empirical Studies of Innovation and Market Structure. In: SCHMALENSEE, R. and WILLIG, R. *The Handbook of Industrial Organization.* Elsevier, 1989.

MOTTA, M. *Competition Policy: Theory and Practice.* Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

OECD – ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. Competition Policy and Intellectual Property Rights. *OECD Journal of Competition Law and Policy, vol. 3, n. 2, August 2001.*



OLIVEIRA, Gesner; RODAS, João Grandino. **Direito e Economia da Concorrência.** Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

OLIVEIRA, G. “Globalização, Abertura e Concorrência”. *Revista de Direito Econômico*, CADE, no. 23, abril/junho 1996.

_____. *Aspectos Concorrenciais da Privatização em Setores Regulados: Diretrizes para a Defesa da Concorrência*. São Paulo: NPP/EAESP da Fundação Getúlio Vargas, 1998. (Relatório de Pesquisa no. 21).

_____. *International Cooperation and the Interests of the Developing Countries: a Flexible Approach*. Third Symposium on Competition Policy and Multilateral Trading System, 1999.

_____. “Competition Policy in Brazil and Mercosur: Aspects of the Recent Experience”. *Brooklyn Journal of International Law*, vol. 24, no. 2., 1998.

_____. *Concorrência: Panorama no Brasil e no mundo*. São Paulo: Saraiva, 2001.

ORDOVER, J., SKYLE A. O. e WILLIG R. “Nonprice Anticompetitive Behavior by Dominant Firms Toward the Producers of Complementary Products”. In: Fisher, F. (ed.): *Antitrust Regulation*, 1986.

PINDYCK, R. S., e RUBINFELD, D. L., *Microeconomics*. Prentice Hall, 2001.

REINEGAUM, J. F. The Timing of Innovation: Research, Development and Diffusion. In: SCHMALENSSE, R. and WILLIG, R. *The Handbook of Industrial Organization*. Elsevier, 1989.

SCHERER, F.M. and ROSS, D. *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1990.

SCHUMPETER, J. A. *Capitalism, socialism and democracy*. Harper & Brothers, 1942 [original edition].



SECRETARIA DE DIREITO ECONÔMICO. Parecer nos autos da Averiguação Preliminar nº 08012.002673/2007-51 (Representação ANFAPE).

VISCUSI, W. K., VERNON, J. M. and HARRINGTON, J. E. *The Economics of Regulation and Antitrust*. The MIT Press, 1995.

WHITE, H. A Heteroskedasticity-Consistent Covariance Matrix and a Direct Test for Heteroskedasticity. *Econometrica*, vol. 48, n. 3, 1980.

WOOLDRIDGE, J. M. *Econometric Analysis of Cross-Section and Panel Data*. The MIT Press: 2001

STIGLER, G. "The Theory of Economic Regulation". *Bell Journal of Economics*, vol. 2, pp.3-21, 1971.



8 ANEXO – EXERCÍCIO ECONOMÉTRICO: COMPLEMENTARIDADE ENTRE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL

8.1 A estratégia empírica

Uma vez que o API é uma variável discreta, a estratégia empírica é estimar um modelo de probit ordenado para a resposta da firma à questão sobre o API. Basicamente, assume-se que existe uma variável latente teórica Y_i^* que é contínua e dada por:

$$Y_i^* = X_i \beta + e_i \quad (1)$$

Onde X_i é um vetor $I \times K$ de variáveis para a firma i , β é um vetor $K \times I$ de parâmetros desconhecidos e e_i é a perturbação estocástica com distribuição normal padrão. A variável Y_i^* define a resposta para a questão sobre o API:

$$\text{API}=1, \text{ se } Y_i^* < \alpha_1$$

$$\text{API}=2, \text{ se } \alpha_1 \leq Y_i^* < \alpha_2$$

$$\text{API}=3, \text{ se } \alpha_2 \leq Y_i^* < \alpha_3$$

$$\text{API}=4, \text{ se } \alpha_3 \leq Y_i^*$$

Dado que os α s são também parâmetros a serem estimados, juntamente com os β s, por máxima verossimilhança, é possível inferir que o efeito marginal das variáveis independentes nas respostas das firmas sem assumir que o API tem uma interpretação cardinal.²⁸

As K variáveis incluídas no vetor X_i são:

²⁸ Veja Wooldridge (2002) para a derivação da função de máxima verossimilhança, e também para o cálculo dos efeitos marginais. O software Stata 9.0 foi utilizado para as estimações.



patentes e proteção à marca (patents, trademarks) equivalem ao logaritmo natural do número de patentes/proteção à marca por mil pessoas nos países em que a firma opera. Os quadrados dessas variáveis são também incluídos, de forma a tentar captar a existência de relações não lineares.

violações (violations), que é o índice de PI descrito anteriormente. A média das respostas em um determinado país é usada de maneira a evitar problemas de endogeneidade. Os quadrados das variáveis são também incluídos.

PIB (gdp): o logaritmo natural do PIB per capita ajustado por PPP- no país onde a firma opera, retirado da base de dados do Penn World Tables;

qcgov, qparl and *qcourt* são variáveis retiradas do WBES que refletem, em escala contínua de 1 a 4, a qualidade do governo central, do parlamento e das cortes, respectivamente. Assim como no caso das violações, utilize-se a média das respostas em um determinado país.

Seis variáveis *dummies* do WBES, assumindo valor um se a firma está setor de manufatura (*manuf*), possui um grande firma doméstica ou multinacional como seu maior competidor (*bigcomp*), possui uma companhia estatal como seu maior competidor (*statecomp*), não possui competidores (*monopolist*), é uma companhia estatal (*stateown*), ou exporta seu produto (*exports*).

A inclusão de variáveis de controle permite que se observe o efeito da qualidade do sistema de DPI mantendo o nível de desenvolvimento (PIB per capita) e a qualidade das instituições (governo central, cortes e parlamento) constantes. Isto é importante uma vez que é esperado que países com maior nível de desenvolvimento apresentem tanto DPI e defesa da concorrência mais fortes, e a correlação entre essas duas variáveis pode ser atribuível tão-somente ao efeito do desenvolvimento econômico e institucional. O Quadro 29 apresenta as estatísticas descritivas.



QUADRO 29: ESTATÍSTICAS DESCRIPTIVAS DA AMOSTRA

Variável	Unidade	Média	Desvio Padrão	Mín.	Máx.
Antcomp	Escala de 1-4	2,316	1,122	1	4
Patents	patentes por 1.000 habitantes	0,102	0,109	0,002	0,562
Trademarks	Proteções à marcas por 1.000 habitantes	0,883	0,820	0,132	3,627
Violations	Escala de 1-4	2,391	0,441	1,388	3,134
Gdp	PPP-ajustada milhares de dólares	10,635	7,353	1,801	33,726
Qcgov	Escala de 1-4	3,696	0,601	2,721	4,835
Qcourt	Escala de 1-4	3,748	0,348	2,549	4,407
Qparl	Escala de 1-4	4,002	0,485	2,758	4,790
Manuf	Dummy	0,110	0,313	0	1
Bigcomp	Dummy	0,177	0,382	0	1
Statecomp	Dummy	0,026	0,160	0	1
Monopolist	Dummy	0,014	0,118	0	1
Stateown	Dummy	0,151	0,358	0	1
Exports	Dummy	0,315	0,465	0	1

Fonte: Elaboração própria a partir da base de dados da OMPI e do Banco Mundial.

8.2 Resultados

Como os coeficientes (β s) de um modelo de probit ordenado podem ser interpretados como o efeito marginal da variável na variável latente Y^* , e não como este efeito na variável de interesse (o API), o Quadro 30 reporta diretamente os efeitos marginais (medidos como o ponto médio da amostra) das variáveis na probabilidade da firma responder um nível específico do API.

Estes efeitos marginais são baseados no modelo que exclui variáveis de controle não significantes (ao nível de 10%).



QUADRO 30: EFEITOS MARGINAIS DO MODELO DE PROBIT ORDENADO

Variável	Prob API=1)	Prob(API=2)	Prob(API=3)	Prob(API=4)
	Ef. Marg. (P-Val.)	Ef. Marg. (P-Val.)	Ef. Marg. (P-Val.)	Ef. Marg. (P-Val.)
Patents	0,082 (0,004)	0,009 (0,006)	-0,028 (0,004)	-0,063 (0,004)
patents ²	0,010 (0,005)	0,001 (0,008)	-0,003 (0,006)	-0,008 (0,005)
Trademarks	0,025 (0,025)	0,003 (0,030)	-0,008 (0,025)	-0,019 (0,025)
trademarks ²	-0,010 (0,166)	-0,001 (0,172)	0,003 (0,167)	0,008 (0,166)
Violations	-0,639 (0,000)	-0,070 (0,000)	0,215 (0,000)	0,494 (0,000)
violations ²	0,115 (0,000)	0,013 (0,001)	-0,039 (0,000)	-0,089 (0,000)
Gdp	0,025 (0,098)	0,003 (0,105)	-0,008 (0,098)	-0,019 (0,098)
qcgov	-0,051 (0,000)	-0,006 (0,001)	0,017 (0,000)	0,040 (0,000)
Bigcomp	-0,057 (0,000)	-0,009 (0,004)	0,018 (0,000)	0,047 (0,000)
Statecomp	-0,078 (0,017)	-0,015 (0,110)	0,023 (0,004)	0,070 (0,040)
Monopolist	0,119 (0,043)	0,000 (0,972)	-0,044 (0,057)	-0,075 (0,012)
Stateown	0,053 (0,003)	0,004 (0,000)	-0,018 (0,004)	-0,038 (0,001)

Fonte: Elaboração própria a partir da base de dados da OMPI e do Banco Mundial.

Cada coluna do Quadro 30 apresenta a magnitude do efeito de um aumento marginal nas variáveis independentes sobre a probabilidade do API assumindo um dado valor. O P-Valor do efeito marginal, obtido da comparação com a estatística Z com distribuição normal padrão, é mostrado entre parênteses.

De maneira geral, o Quadro 30 indica que a implementação mais intensa de PI tem efeito negativo no API, ou seja, melhora o ambiente de competição.

Note-se, contudo, alguns resultados específicos. O uso mais frequente do sistema de patentes é associado com a maior probabilidade de responder que práticas anticompetitivas não são obstáculo ou um obstáculo menor para a operação da firma, enquanto ao mesmo tempo diminui a probabilidade de responder que se trata de um obstáculo moderado ou um obstáculo maior. O fato de que o termo quadrático de *patents* está associado com menor API indica que o efeito marginal de uma patente obtida é maior em países em que há uso amplo do sistema de PI.



A presença de proteção à marca é também associada com menor API. O resultado indica que um acréscimo de 1% no número de proteções à marca concedidas aumenta a probabilidade de uma firma responder que a prática não representa um obstáculo em 2,5 p.p., e, ao mesmo tempo, decresce a probabilidade de responder que representa um obstáculo maior em 1,9 p.p. Apesar de os efeitos marginais não serem expressivos, o resultado é estatisticamente significante. Vale notar também que o coeficiente de *trademarks* não é significante (ao nível de 10%).

A primeira vista, pode parecer que o índice de violações de PI possui um efeito no “formato de U invertido” na probabilidade da firma responder que não há obstáculo ou que há um menor obstáculo, e efeito no formato de U na probabilidade de uma resposta moderada ou menor. Contudo, deve ser notado que em todos os casos, o ponto de inflexão (o topo ou a base do “U”) é um valor maior do que quatro, que é o máximo valor do *IPVI*. Dessa maneira, um aumento do número de violações aumenta a probabilidade de uma firma responder moderado ou maior e diminui a probabilidade de respostas que indicam que não há obstáculo ou que é um obstáculo menor.

O efeito marginal dos controles específicos da firma mostraram os sinais esperados: firmas estatais ou monopolistas são menos propensas a terem problemas com práticas anticompetitivas, enquanto o oposto ocorre como firmas que tem como principal competidora grandes companhias, multinacionais ou estatais. O desenvolvimento econômico, medido pelo PIB per capita, é também associado com API menor. O único resultado contra-intuitivo foi o fato de que a qualidade do governo central tem efeito positivo no API.

Como um teste para a robustez dos resultados, um modelo de probabilidade linear (MPL), que consiste em uma regressão por mínimos quadrados ordinários do API contra as variáveis dependentes, foi também estimado. Embora este modelo imponha uma interpretação cardinal do API, não requer que o termo aleatório e_i na Equação (1) siga uma distribuição normal



padrão. O sinal e a significância dos efeitos marginais inferidos do MPL são exatamente os mesmos do modelo de probit ordenado.²⁹

²⁹ Para maiores detalhes ver Oliveira e Fujiwara (2006).