



ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.

Ao,

MUNICÍPIO DE JACUIZINHO - RS

Pregoeiro Oficial e Presidente da Comissão Permanente de Licitação.

Ref: Edital de Pregão Eletrônico nº 007/2024

Processo nº 021/2024

Assunto: **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL.**

Motivo: Restrição ao Caráter Competitivo da Licitação.

A empresa, **ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.**, inscrita no CNPJ nº **08.206.867/0001-00**, vem respeitosamente, com fulcro na Lei de Licitações, e no instrumento convocatório do referenciado Pregão, apresentar, tempestivamente, **IMPUGNAÇÃO AOS TERMOS DO EDITAL**, pelos motivos de fato e de direito a seguir elencados:

DOS FATOS

No Edital do Pregão Eletrônico em epígrafe consta as seguintes exigências, para apresentação de documentos junto a proposta comercial:

5.5.6. Deverá ser apresentado contrato/certificado/carta de concessão do fabricante com a empresa licitante.

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

Item 04

1



ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.

Objeto Caminhão 6x2

“GARANTIA DE 12 MESES A PARTIR DA EMISSÃO DA PRIMEIRA DA NOTA FISCAL POR CONCESSIONÁRIO AUTORIZADO PELO FABRICANTE. NOTA FISCAL EMITIDA POR CONCESSIONÁRIO AUTORIZADO PELO FABRICANTE DA MARCA.”

“A EMPRESA VENCEDORA DEVERÁ COMPROVAR ATRAVÉS DE CONTRATO DE CONCESSÃO DO FABRICANTE COM A CONCESSIONÁRIA RESPONSÁVEL PELA ASSISTÊNCIA TÉCNICA.”

Indignados com a restrição ao caráter competitivo da Licitação; de modo muito respeitoso, apresentamos a presente Impugnação do Edital; para que posicionamento não prospere, devendo ser reformado, conforme será amplamente demonstrado pelos fundamentos a seguir delineados.

DOS FUNDAMENTOS À IMPUGNAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO.

Preliminarmente, é imperioso destacar, e ratificar, que a Constituição Federal no art. 170, caput e inciso IV preconizam a **livre concorrência, donde se conclui que qualquer ato contrário é incompatível com tal regime, e constitui reserva de mercado.**

Corroborando com este entendimento, citem-se as decisões do Supremo Tribunal de Justiça e TRF2:

EMENTA: AUTONOMIA MUNICIPAL. DISCIPLINA LEGAL DE ASSUNTO DE INTERESSE LOCAL. LEI MUNICIPAL DE JOINVILLE, QUE PROÍBE A INSTALAÇÃO

2



ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.

DE NOVA FARMÁCIA A MENOS DE 500 METROS DE ESTABELECIMENTO DA MESMA NATUREZA. Extremo a que não pode levar a competência municipal para o zoneamento da cidade, por redundar em reserva de mercado, ainda que relativa, e, conseqüentemente, em afronta aos princípios da livre concorrência, da defesa do consumidor e da liberdade do exercício das atividades econômicas, que informam o modelo de ordem econômica consagrado pela Carta da República (art. 170 e parágrafo, da CF). Recurso não conhecido. (RE 203909.STF. Rel. Min. Ilmar Galvão.1997).

Ementa

CONSTITUCIONAL. APELAÇÃO EM MANDADO DE SEGURANÇA. PORTARIAS DETERMINANDO AQUISIÇÃO DE DERIVADOS DE PETRÓLEO DE DISTRIBUIDORAS DA MESMA UNIDADE DA FEDERAÇÃO. DECRETO-LEI 395/38 NÃO RECEPCIONADO PELA ATUAL CONSTITUIÇÃO. ART. 170, PARÁGRAFO ÚNICO DA CRFB/88. - Trata-se de apelação em face de sentença que denegou a segurança, fundando-se legalidade das Portarias MME nº 10/97 e ANP nº 201/99. - Nos termos do art. 170, parágrafo único, da Carta Magna de 1988, somente a lei pode estabelecer casos nos quais restrições podem ser impostas ao desempenho de atividade econômica. Inexiste, então, lei a emprestar fundamento à Portaria, cuja aplicação é impugnada pela impetrante. - As restrições, impostas às TRR's, de aquisição de produtos e derivados de petróleo somente das distribuidoras da mesma unidade da federação, previstas nas Portarias atacadas, não encontram amparo legal, considerando-se que a Constituição da República vigente não recepcionou o Decreto-lei nº 395/38, no qual se amparam. - O assunto guerreado no presente trata justamente sobre a observância das fronteiras da legalidade e da razoabilidade, vez que a redação das citadas Portarias, parece realmente querer criar uma reserva de mercado, em afronta às diversas garantias insculpidas no texto constitucional, dispondo, ainda, sobre matéria

3

que depende de lei que expressamente trate do assunto. - Denegar a segurança seria o caso de manter privilégio incompatível com o regime de livre concorrência, consagrado pelo art. 170, inciso IV, da atual Constituição. - Recurso provido para conceder a segurança. (TRF 2ª Região.Des. Fed. Ricardo Regueira.Primeira turma.2002).

De outro lado, a Lei estabelece a competitividade como um dos princípios do procedimento Licitatório:

Transcreve:

“Art. 3º - A licitação destina-se a garantir a observância ao princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhe são correlatos.

§1º É vedado aos agentes públicos:

I – admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo, inclusive nos casos de sociedades cooperativas, e estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do contrato, ressalvado o disposto nos §§ 5o a 12 deste artigo e no art. 3o da Lei no 8.248, de 23 de outubro de 1991;

II - estabelecer tratamento diferenciado de natureza comercial, legal, trabalhista, previdenciária ou qualquer outra, entre empresas brasileiras e estrangeiras, inclusive no que se refere a moeda, modalidade e local de pagamentos, mesmo quando envolvidos financiamentos de agências

4

internacionais, ressalvado o disposto no parágrafo seguinte e no art. 3o da Lei no 8.248, de 23 de outubro de 1991.”

Neste Diapasão, vejamos o que diz a doutrina:

“A competição é um dos principais elementos do procedimento licitatório. Deve-se compreender que a disputa entre eventuais interessados possibilita à administração alcançar um melhor resultado no certame, auferindo uma proposta vantajosa. Além da competitividade, que é reconhecida pela ampla doutrina e (enquanto princípio) pode ser compreendida de acordo com os outros princípios pertinente, este dispositivo deve ser encarado pelo gestor como regra, sendo expressamente vedadas cláusulas ou condições restritivas do caráter competitivo, motivadas por situações impertinente ou irrelevantes para a obtenção do objeto contratual.(Charles, Ronny.Leis de Licitações Públicas comentadas.2ª Ed. Jus Podivm.2009.Salvador).”

Marçal Justen Filho prefere falar em isonomia, *Transcreve:*

Isonomia significa o direito de cada particular de participar na disputa pela contratação administrativa, configurando-se a inviabilidade de restrições abusivas, desnecessárias ou injustificadas. Trata-se, então, da isonomia como tutela aos interesses individuais de cada sujeito particular potencialmente interessado em ser contratado pela Administração. A ampliação da disputa significa a multiplicação de ofertas e a efetiva competição entre os agentes econômicos. (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos.14ª Ed. Dialética.São Paulo.2010).

Neste mesmo norte, temos o **Tribunal de Contas da União** que determinou a um Órgão da Administração Pública que se abstivesse de fixar exigência de



ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.

declaração de que determinada empresa licitante é distribuidora ou revendedora autorizada de determinado produto ofertado, como condição de habilitação ou de classificação, por falta de amparo legal e por constituir restrição ao caráter competitivo de licitação (Acórdão n° 2.375/2006-2ª câmara).

A decisão acima descrito do Tribunal de Contas da União, de maneira certa, diretamente ataca e combate a referida exigência editalícia.

Tal exigência vai de total desacordo, com a previsão constitucional, com a legislação específica ao procedimento licitatório, bem como, fere de morte o caráter competitivo do certame, e por isto não deve prosperar.

Por outro lado, é de suma importância salientar, que caso venha a ser mantido esta equivocada exigência, cria-se um mercado à margem da Legislação, onde apenas Fabricantes e Concessionários poderiam comercializar veículos com Órgãos Públicos, vindo em total desacordo com os princípios basilares do Procedimento Licitatório, como a livre concorrência-(competitividade), o da probidade administrativa, da igualdade, e da legalidade.

As Administrações Públicas, não podem se tornar refém de apenas um seleto grupo de fornecedores. É esta a finalidade do procedimento licitatório; A ampla competitividade é o que garante a aquisição da maneira mais **satisfatório-vantajosa ao poder Público**, a concorrência influi diretamente na redução dos preços dos itens e consequentemente em contratações menos onerosas.

Citamos neste momento, a ponderada análise do Prof. Luiz Alberto Blanchet:

“O que a boa Administração exige de seus agentes é (...) a utilização de toda a perícia, objetividade, prudência, eficiência e critério necessários à

6



ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.

*satisfação de cada necessidade concreta ensejadora de licitação. **Não se quer com isto dizer que deva ser um gênio infalível ou um super-homem, mas ele tem absoluta obrigação de utilizar todas as qualidades e habilidades humanamente possíveis ao homem normal**" (Licitação – O Edital à Luz da Nova Lei, Curitiba, Juruá, 1994, pág. 34).*

Assim, se a esta nobre Comissão que formulou o Instrumento Convocatório, se equivocou, data vênia, exigir tal documentação à habilitação das empresas, a falha é por nós, considerada inevitável dentro das possibilidades normais. Conhecidas as presentes razões, acreditamos, todavia, que Impugnação aos termos do edital ora formulada haverá de merecer o acolhimento que se espera, ainda que reconheçamos ser mais difícil para o agente reconhecer o erro e mais fácil encontrar motivos para manter o seu posicionamento, contudo, confiamos que o bom senso de Vossa Senhoria deverá prevalecer.

Em anexo a nossa impugnação, acostamos entendimentos Jurisprudenciais, e comprovação de Ação Judicial perante ao STF, que corroboram ao nosso pleito, que resultará da REMOÇÃO destas exigências e necessidade de comprovação de vínculo com Fabricante / Concessionárias, para poder fornecer veículos à Administração Pública.

Portanto, considerando a todo o acima exposto, Urge, a desconsideração de tal exigência editalícia, sob pena de ofensa à constituição, aos princípios norteadores do procedimento licitatório, e contraposição às jurisprudências e entendimentos supra descritos.

DO PEDIDO.



ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.

Por fim, ante a todo o exposto a **ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA**, Pugna:

- a) Que sejam analisados os pontos detalhados nesta impugnação, com a correção necessária do ato convocatório para que se afaste qualquer antijuridicidade que macule todo o procedimento que se iniciará.

- b) Requer outrossim, caso não corrigido o edital no ponto ora invocado, seja mantida a irresignação da ora Impugnante, para posterior juízo de anulação por parte da autoridade competente para tanto.

Certos de sua análise e atenção, renovamos nossos votos de elevada estima e consideração.

Nestes termos, **pedimos Deferimento.**

Uberlândia/MG, 22 de março de 2023.

ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA:51109654634
Assinado de forma digital por
ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA
DE OLIVEIRA:51109654634
Dados: 2024.03.22 17:41:56 -03'00'

ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA.
Alexandre Roberto Pedrosa de Oliveira – Sócio-Diretor
CPF: 511.096.546-34



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
Polícia Civil do Estado de Minas Gerais
Setor de Projetos/DT/SPGF/PCMG

Memorando.PCMG/SPGF/DT/PROJETOS.nº 16/2024

Belo Horizonte, 29 de janeiro de 2024.

Para: Antonio Cipriano das Neves
Diretor de Aquisições

Assunto: RESPOSTA - IMPUGNAÇÃO

Referência: [Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 1510.01.0274293/2023-17].

Senhor Diretor,

Com o prazer de cumprimentá-lo, e em atenção aos memorandos 15 e 16 dessa DA, viemos, por meio deste, informar que a Diretoria de Transportes/SPGF, na qualidade de unidade técnica e gestora do objeto viatura, após estudo e análise dos pedidos de impugnação, bem como na releitura de editais de objetos similares - viatura adaptada - de outros órgãos de esfera estadual e federal, constatou que a "Lei Ferrari" não tem sido critério técnico para a licitação. A interpretação trazida pela legislação não possui caráter vinculativo, bem como ficou evidenciado que ampliar a participação, respeitada a capacidade técnica no cumprimento do objeto e nas condições exigidas pelo edital, não traria prejuízos à Administração, pelo contrário, possibilitaria à PCMG selecionar a proposta mais vantajosa.

Em um exercício de autotutela, esta Diretoria passou por mudança de entendimento acerca da exigência de ser apenas fabricante ou concessionário neste certame licitatório. Passamos a entender que a PCMG necessita de veículo zero KM nos moldes e condições descritas em edital, estando qualquer pessoa jurídica do ramo de venda de automóveis apta a participar.

Assim, não conhecemos a ilegalidade apresentada na impugnação, por se tratar de caráter discricionário da Administração, porém entendemos oportuno e conveniente neste certame retirar a restrição adotada na Lei 6.279/79, no caráter conceitual, e passar a permitir a participação ampla, nos moldes que a Constituição Federal nos garante e nos exige.

Portanto, esta Diretoria conhece o pedido de impugnação, não reconhece a ilegalidade por ela trazida, contudo adota a mudança de edital acerca dos habilitados a participar do certame. Ficando autorizada a participação ampla das pessoas jurídicas que apresentam condições técnicas e de se habilitar para entregar o objeto do edital.

Segue novo termo de referência para apreciação e para reanálises técnica e jurídica que entenderem necessárias.

Por fim insta salientar que a decisão ficará a cargo do Excelentíssimo SPGF estando esta Diretoria à disposição para os esclarecimentos que se fizerem necessários.

Atenciosamente,

Francis Diniz Guerra
Delegado de Polícia Civil
Diretor de Transportes



Documento assinado eletronicamente por **Francis Diniz Guerra, Diretor de Transportes**, em 29/01/2024, às 16:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 47.222, de 26 de julho de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.mg.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **81164535** e o código CRC **F7E48AED**.

Referência: Processo nº 1510.01.0274293/2023-17

SEI nº 81164535

18/01/24, 17:00

Compras Eletrônicas



GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão - SPGG
Subsecretaria da Administração Central de Licitações - CELIC

ATA DE ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES

EDITAL: 0005/2024 **PROCESSO:** 23/1300-0007552-7

Objeto: Pregão Eletrônico (14.133/21) - AQUISIÇÃO DE BENS DA(S) FAMÍLIA(S): 0595-VEICULOS;

Acompanhamentos Data: 08/01/2024 11:09 **Mensagem:** Senhor Licitante! O pedido de esclarecimento foi encaminhado ao Órgão solicitante para conhecimento e manifestação.

Resposta

Data: 11/01/2024 16:26

Responsável: Joycemar Moreira da Silva

Texto: Senhor Licitante, segue em anexo manifestação do órgão acerca dos questionamentos. Quanto aos demais pedidos, segue manifestação abaixo: DO IPVA – ITEM 01/03/05/06/08 É o texto do edital: “Emplacamento do veículo fornecido pelo vendedor em nome do órgão requisitante/licenciamento pago pelo vendedor em nome do órgão requisitante”. Ocorre que, não restou claro se o emplacamento exigido em edital será realizado considerando a Isenção de IPVA. Dessa forma, solicita-se o esclarecimento se para o emplacamento dos veículos deverá ser considerada ou não a isenção do IPVA. RESPOSTA: O licitante deverá atender a legislação vigente, para definir se será caso de isenção ou não do IPVA. DA VALIDADE ATA DE REGISTRO DE PREÇO – ITENS 01/03/05/06/08 Diante disso, para assegurar uma contratação eficaz, que esteja alinhada com as melhores práticas de mercado e atenda às reais necessidades da Administração Pública, solicita-se esclarecimento 1) se a Administração realizará a utilização da possibilidade de prorrogação da ata por igual período ; 2) sendo utilizada, se ficará a cargo da Contratada o aceite da prorrogação. RESPOSTA: Sim! Eventualmente poderá utilizar a prerrogativa de prorrogação da ARP, sendo que a empresa será consultada se aceita a prorrogar a participação na referida ata. DA GARANTIA CONTRATUAL – ITENS 01/03/05/06/08 Diante disso, solicita-se esclarecimento acerca 1) se



GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão - SPGG
Subsecretaria da Administração Central de Licitações - CELIC

ATA DE ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES

EDITAL: 0005/2024 **PROCESSO:** 23/1300-0007552-7

Objeto: Pregão Eletrônico (14.133/21) - AQUISIÇÃO DE BENS DA(S) FAMÍLIA(S): 0595-VEICULOS;

haverá a exigência de prestação de garantia contratual, sendo exigido esclareça 2) se será aceito por meio de seguro-garantia. RESPOSTA: ANEXO V - FOLHA DE DADOS - CGL 22.1 - Não será solicitada Garantia de Cumprimento do Contrato. DA PARTICIPAÇÃO DE QUALQUER EMPRESA - LEIFERRARI CTB/CONTRAN. Desta forma solicita-se a inclusão no presente edital da exigência de estrito cumprimento da Lei Federal nº6.729/79, Lei Ferrari, com a aquisição de veículo zero quilometro por empresa autorizada e com a concessão de comercialização fornecida pelo fabricante. **RESPOSTA: DA PARTICIPAÇÃO DE QUALQUER EMPRESA - LEI FERRARI: A potencial licitante requer que o edital restrinja a participação apenas para fabricantes ou concessionário credenciado, nos termos da Lei Ferrari. Sem razão. A Lei nº6.729/79, conhecida como Lei Ferrari, dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre. Desse modo, não se aplica à Administração Pública para as aquisições de veículos, pois vincula tão somente as concessionárias e montadoras. Não há nenhum dispositivo na Lei supramencionada que determine a exclusividade de fornecimento de produtos à Administração Pública tão somente pelos produtores e distribuidores. A preferência em se comprar veículos exclusivamente de concessionárias, com desprezo às demais entidades empresariais que comercializam os mesmos produtos de forma idônea, vai de encontro aos princípios licitatórios, especialmente aqueles que dizem respeito à legalidade e à isonomia, impondo-se apenas aquelas restrições ou especificações necessárias à aquisição. Por tal motivo, a irrisignação da Nissan não merece acolhimento, não havendo razão para restrição de participantes com base em uma lei que vincula tão somente produtores e distribuidores de veículo. CONCLUSÃO Diante do exposto, entendemos que os questionamentos trazidos pela empresa NISSAN DO BRASIL AUTOMÓVEL LTDA. foram devidamente respondidos.**

18/01/24, 17:00

Compras Eletrônicas



GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão - SPGG
Subsecretaria da Administração Central de Licitações - CELIC

ATA DE ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES

EDITAL: 0005/2024 **PROCESSO:** 23/1300-0007552-7

Objeto: Pregão Eletrônico (14.133/21) - AQUISIÇÃO DE BENS DA(S) FAMÍLIA(S): 0595-VEICULOS;

Documentos anexados: [NISSAN resposta protocolo 16402](#)
Pedido de esclarecimento
Protocolo 16417
Situação: Respondido



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR MINISTRO PRESIDENTE DO SUPREMO
TRIBUNAL FEDERAL**

PETIÇÃO INICIAL AJCONST/PGR Nº 1332930/2023

A **PROCURADORA-GERAL DA REPÚBLICA**, com fundamento nos arts. 102, § 1º, 103, VI, e 129, II, da Constituição Federal de 1988; no art. 6º, III, da Lei Complementar 75, de 20.5.1993 (Lei Orgânica do Ministério Público da União), e na Lei 9.882, de 10.11.1999, vem propor

ARGUIÇÃO DE DESCUMPRIMENTO DE PRECEITO FUNDAMENTAL

contra dispositivos da Lei 6.729, de 28.11.1979, que dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre (“Lei Ferrari”)¹.

1 A inicial decorre de Representação apresentada pelo Ofício do Ministério Público Federal junto ao Conselho Federal de Defesa Econômica (MPF/CADE) e segue acompanhada da Nota Técnica 28/2022, produzida pelo Departamento de Estudos Econômicos do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (DEE/CADE), a pedido do Presidente do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

1. OBJETO DA ARGUIÇÃO

Eis o teor das normas impugnadas nesta arguição:

Lei nº 6.729, de 28 de novembro de 1979.

Dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre.

(...)

Art. 3º Constitui objeto de concessão:

(...)

§ 1º A concessão poderá, em cada caso:

(...)

b) vedar a comercialização de veículos automotores novos fabricados ou fornecidos por outro produtor.

(...)

Art. 5º São inerentes à concessão: (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

I – área operacional de responsabilidade do concessionário para o exercício de suas atividades; (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

II – distâncias mínimas entre estabelecimentos de concessionários da mesma rede, fixadas segundo critérios de potencial de mercado. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

§ 1º A área poderá conter mais de um concessionário da mesma rede. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

*§ 2º O concessionário obriga-se à comercialização de veículos automotores, implementos, componentes e máquinas agrícolas, de via terrestre, e à prestação de serviços inerentes aos mesmos, nas condições estabelecidas no contrato de concessão comercial, **sendo-lhe defesa a prática dessas atividades, diretamente ou por intermédio de prepostos, fora de sua área demarcada.** (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

§ 3º O **consumidor**, à sua livre escolha, poderá **proceder à aquisição dos bens e serviços** a que se refere esta lei **em qualquer concessionário**.

§ 4º Em convenção de marca serão fixados os critérios e as condições para ressarcimento da concessionária ou serviço autorizado que prestar os serviços de manutenção obrigatórios pela garantia do fabricante, vedada qualquer disposição de limite à faculdade prevista no parágrafo anterior. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)
(...)

Art. 7º Compreende-se na concessão a **quota de veículos** automotores assim estabelecida:

I – o concedente estimará sua produção destinada ao mercado interno para o período anual subsequente, por produto diferenciado e consoante a expectativa de mercado da marca;

II – a **quota** corresponderá a uma parte da produção estimada, compondo-se de produtos diferenciados, e independentes entre si, inclusive quanto às respectivas quantidades;

III – o concedente e o concessionário **ajustarão a quota que a este caberá**, consoante a respectiva capacidade empresarial e desempenho de comercialização e conforme a capacidade do mercado de sua área demarcada.

§ 1º O **ajuste da quota independe dos estoques mantidos pelo concessionário**, nos termos da presente Lei.

§ 2º A **quota será revista anualmente**, podendo reajustar-se conforme os elementos constantes dos incisos deste artigo e a rotatividade dos estoques do concessionário.

§ 3º Em seu atendimento, a **quota de veículos automotores comportará ajustamentos** decorrentes de eventual diferença entre a produção efetiva e a produção estimada.

§ 4º É **facultado incluir na quota** os veículos automotores comercializados através das modalidades auxiliares de venda a que se refere o art. 3º, § 3º.

Art. 8º Integra a concessão o **índice de fidelidade** de compra de componentes dos veículos automotores que dela faz parte, podendo a



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

convenção de marca estabelecer percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

Parágrafo único. Não estão sujeitas ao índice de fidelidade de compra ao concedente as aquisições que o concessionário fizer: (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

a) de acessórios para veículos automotores; (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

b) de implementos de qualquer natureza e máquinas agrícolas. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

Art. 9º Os pedidos do concessionário e os fornecimentos do concedente deverão corresponder à quota de veículos automotores e enquadrar-se no índice de fidelidade de componentes.

§ 1º Os fornecimentos do concedente se circunscreverão a pedidos formulados por escrito e respeitarão os limites mencionados no art. 10, §§ 1º e 2º.

§ 2º O concedente deverá atender ao pedido no prazo fixado e, se não o fizer, poderá o concessionário cancelá-lo.

§ 3º Se o concedente não atender os pedidos de componentes, o concessionário ficará desobrigado do índice de fidelidade a que se refere o art. 8º, na proporção do desatendimento verificado.

Art. 10. O concedente poderá exigir do concessionário a manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos, objeto da concessão, e adequado à natureza dos clientes do estabelecimento, respeitados os limites prescritos nos §§ 1º e 2º seguintes.

§ 1º É facultado ao concessionário limitar seu estoque:

a) de veículos automotores em geral a sessenta e cinco por cento e de caminhões em particular a trinta por cento da atribuição mensal das respectivas quotas anuais por produto diferenciado, ressalvado o disposto na alínea b seguinte;

b) de tratores, a quatro por cento da quota anual de cada produto diferenciado;



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

c) de implementos, a cinco por cento do valor das respectivas vendas que houver efetuado nos últimos doze meses;

d) de componentes, o valor que não ultrapasse o preço pelo qual adquiriu aqueles que vendeu a varejo nos últimos três meses.

*§ 2º Para efeito dos limites previstos no parágrafo anterior, em suas alíneas a e b, a cada seis meses será comparada a **quota com a realidade do mercado do concessionário**, segundo a comercialização por este efetuada, reduzindo-se os referidos limites na proporção de eventual diferença a menor das vendas em relação às atribuições mensais, consoante os critérios estipulados entre produtor e sua rede de distribuição.*

§ 3º O concedente reparará o concessionário do valor do estoque de componentes que alterar ou deixar de fornecer, mediante sua recompra por preço atualizado à rede de distribuição ou substituição pelo sucedâneo ou por outros indicados pelo concessionário, devendo a reparação dar-se em um ano da ocorrência do fato.

(...)

Art. 12. O concessionário só poderá realizar a venda de veículos automotores novos diretamente a consumidor, vedada a comercialização para fins de revenda.

Parágrafo único. Ficam excluídas da disposição deste artigo:

a) operações entre concessionários da mesma rede de distribuição que, em relação à respectiva quota, não ultrapassem quinze por cento quanto a caminhões e dez por cento quanto aos demais veículos automotores;

b) vendas que o concessionário destinar ao mercado externo.

Art. 13. É livre o preço de venda do concessionário ao consumidor, relativamente aos bens e serviços objeto da concessão dela decorrentes. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

1º Os valores do frete, seguro e outros encargos variáveis de remessa da mercadoria ao concessionário e deste ao respectivo adquirente deverão ser discriminados, individualmente, nos documentos fiscais pertinentes. (Incluído pela Lei nº 8.132, de 1990)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

2º Cabe ao concedente fixar o preço de venda aos concessionários, preservando sua uniformidade e condições de pagamento para toda a rede de distribuição. (Incluído pela Lei nº 8.132, de 1990)
(...)

Art. 15. O concedente poderá efetuar vendas diretas de veículos automotores.

I – independentemente da atuação ou pedido de concessionário:

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

II – através da **rede de distribuição**:

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

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

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

(...)

Art. 17. As relações objeto desta Lei serão também **reguladas por convenção** que, mediante solicitação do produtor ou de qualquer uma das entidades adiante indicadas, deverão ser celebradas com força de lei, entre:

I – as categorias econômicas de produtores e distribuidores de veículos automotores, cada uma representada pela respectiva entidade civil ou, na falta desta, por outra entidade competente, qualquer delas sempre de âmbito nacional, designadas convenções das categorias econômicas;



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

II – cada produtor e a respectiva rede de distribuição, esta através da entidade civil de âmbito nacional que a represente, designadas convenções da marca.

§ 1º Qualquer dos signatários dos atos referidos neste artigo poderá proceder ao seu registro no Cartório competente do Distrito Federal e à sua publicação no Diário Oficial da União, a fim de valerem contra terceiros em todo território nacional.

§ 2º Independentemente de convenções, a entidade representativa da categoria econômica ou da rede de distribuição da respectiva marca poderá diligenciar a solução de dúvidas e controvérsias, no que tange às relações entre concedente e concessionário.

Art. 18. Celebrar-se-ão convenções das categorias econômicas para:

I – explicitar princípios e normas de interesse dos produtores e distribuidores de veículos automotores;

II – declarar a entidade civil representativa de rede de distribuição;

III – resolver, por decisão arbitral, as questões que lhe forem submetidas pelo produtor e a entidade representativa da respectiva rede de distribuição;

IV – disciplinar, por juízo declaratório, assuntos pertinentes às convenções da marca, por solicitação de produtor ou entidade representativa da respectiva rede de distribuição.

Art. 19. Celebrar-se-ão convenções da marca para estabelecer normas e procedimentos relativos a:

I – atendimento de veículos automotores em garantia ou revisão (art. 3º, inciso II);

II – uso gratuito da marca do concedente (art. 3º, inciso III);

III – inclusão na concessão de produtos lançados na sua vigência e modalidades auxiliares de venda (art. 3º § 2º, alínea a ; § 3º);

IV – Comercialização de outros bens e prestação de outros serviços (art. 4º, parágrafo único);

V – fixação de área demarcada e distâncias mínimas, abertura de filiais e outros estabelecimentos (art. 5º, incisos I e II; § 4º);

VI – venda de componentes em área demarcada diversa (art. 5º, § 3º);



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

VII – *novas concessões e condições de mercado para sua contratação ou extinção de concessão existente (art. 6º, incisos I e II);*

VIII – *quota de veículos automotores, reajustes anuais, ajustamentos cabíveis, abrangência quanto a modalidades auxiliares de venda (art. 7º, §§ 1º, 2º, 3º e 4º) e incidência de vendas diretas (art. 15, § 2º);*

IX – *pedidos e fornecimentos de mercadoria (art. 9º);*

X – *estoques do concessionário (art. 10 e §§ 1º e 2º);*

XI – *alteração de época de pagamento (art. 11);*

XII – *cobrança de encargos sobre o preço da mercadoria (art. 13, parágrafo único);*

XIII – *margem de comercialização, inclusive quanto a sua alteração em casos excepcionais (art. 14 e parágrafo único), seu percentual atribuído a concessionário de domicílio do comprador (art. 5º § 2º);*

XIV – *vendas diretas, com especificação de compradores especiais, limites das vendas pelo concedente sem mediação de concessionário, atribuição de faculdade a concessionários para venda à Administração Pública e ao Corpo Diplomático, caracterização de frotistas de veículos automotores, valor de margem de comercialização e de contraprestação de revisões, demais regras de procedimento (art. 15, § 1º);*

XV – *regime de penalidades gradativas (art. 22, § 1º);*

XVI – *especificação de outras reparações (art. 24, inciso IV);*

XVII – *contratações para prestação de assistência técnica e comercialização de componentes (art. 28);*

XVIII – *outras matérias previstas nesta Lei e as que as partes julgarem de interesse comum.*

(...)

Art. 21. *A concessão comercial entre produtor e distribuidor de veículos automotores será de prazo indeterminado e somente cessará nos termos desta Lei.*

Parágrafo único. *O contrato poderá ser inicialmente ajustado por prazo determinado, não inferior a cinco anos, e se tornará automaticamente de prazo indeterminado se nenhuma das partes manifestar à outra a intenção de não prorrogá-lo, antes de cento e oiten-*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

ta dias do seu termo final e mediante notificação por escrito devidamente comprovada.

(...)

*Art. 27. Os valores devidos nas hipóteses dos artigos 23, 24, 25 e 26 deverão ser pagos dentro de **sessenta dias da data da extinção da concessão** e, no caso de mora, ficarão sujeitos a correção monetária e juros legais, a partir do vencimento do débito.*

(...)

*Art. 30. A presente Lei aplica-se às situações existentes entre concedentes e concessionários, sendo **consideradas nulas as cláusulas dos contratos em vigor que a contrariem.***

§ 1º As redes de distribuição e os concessionários individualmente continuarão a manter os direitos e garantias que lhes estejam assegurados perante os respectivos produtores por ajustes de qualquer natureza, especialmente no que se refere a áreas demarcadas e quotas de veículos automotores, ressalvada a competência da convenção da marca para modificação de tais ajustes.

§ 2º As entidades civis a que se refere o art. 17, inciso II, existentes à data em que esta Lei entrar em vigor, representarão a respectiva rede de distribuição. (...). (Grifos nossos)

Demonstrar-se-á que as normas impugnadas violam os **arts. 1º, IV, e 170, caput** (regime de proteção da liberdade de iniciativa), **art. 5º, II** (liberdade de contratar), **art. 170, IV** (livre concorrência), **art. 5º, XXXII, e art. 170, V** (defesa do consumidor), e **art. 173, § 4º** (da repressão ao abuso de poder econômico), todos da Constituição Federal.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

2. CABIMENTO DA ARGUIÇÃO

Prevista no art. 102, § 1º, da Constituição Federal e regulamentada pela Lei 9.882/1999, a arguição de descumprimento de preceito fundamental volta-se contra atos comissivos ou omissivos do poder público que importem em lesão ou ameaça de lesão a princípios e regras mais relevantes da ordem constitucional.

Nos termos da Lei 9.882/1999, da doutrina especializada e da jurisprudência firmada em torno do tema, convivem três modalidades de ADPF: (a) autônoma, para questionar ato material do poder público, conforme a figura do *caput* do art. 1º; (b) autônoma, para questionar ato normativo do poder público, especialmente quando for incabível a ação direta de inconstitucionalidade (atos municipais, normas de efeitos concretos e pré-constitucionais); e (c) incidental a uma outra ação, com fundamento no parágrafo único, I, do art. 1º c/c inciso V do art. 3º e § 1º do art. 6º.

Para o seu cabimento, é necessário que estejam presentes os seguintes requisitos: (a) exista lesão ou ameaça a preceito fundamental, (b) tal lesão seja causada por atos comissivos ou omissivos dos poderes públicos, e (c) não haja outro instrumento apto a sanar esta lesão ou ameaça. Esses três requisitos estão plenamente configurados, conforme se demonstrará a seguir.



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

Quanto ao primeiro ponto, o fundamento central desta arguição é o de que disposições contidas na Lei 6.729/1979, com alterações da Lei 8.132/1990, ao disciplinarem a Indústria e o Comércio do Setor Automotivo, contrariaram os arts. 1º, IV, 5º, II e XXXII, 170, *caput*, IV e V, e 173, § 4º, da Constituição Federal.

Trata-se de preceitos que integram direitos e garantias individuais e regulam princípios gerais da Ordem Econômica, respectivamente.

Conquanto não tenha a Constituição Federal nem a Lei 9.882/1999 definido o que deva se entender como preceito fundamental, há consenso doutrinário e jurisprudencial de que direitos e princípios fundamentais arrolados no texto constitucional se qualificam como tal (ADPF 33, Rel. Min. Gilmar Mendes, *DJ* de 27.10.2006).

Quanto ao segundo requisito, a lesividade a preceitos fundamentais decorre de disposições de lei federal anterior à Constituição Federal. O art. 1º, parágrafo único, I, da Lei 9.882/1999, prevê a possibilidade de controle de direito federal pré-constitucional pelo Supremo Tribunal Federal².

2 *Art. 1º A arguição prevista no § 1º do art. 102 da Constituição Federal será proposta perante o Supremo Tribunal Federal, e terá por objeto evitar ou reparar lesão a preceito fundamental, resultante de ato do Poder Público. Parágrafo único. Caberá também arguição de descumprimento de preceito fundamental: I – quando for relevante o fundamento da controvérsia constitucional sobre lei ou ato normativo federal, estadual ou municipal, incluídos os anteriores à Constituição; (...).*



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

Apesar de serem incompatíveis com o art. 1º, IV, art. 5º, II e XXXII, art. 170, *caput*, IV e V, e art. 173, § 4º, da Constituição Federal, as normas federais questionadas são consideradas aplicáveis e continuam produzindo efeitos, conforme se depreende da compreensão do parlamento ao promover alterações à Lei 6.729/1979, por intermédio da Lei 8.132, de 1990.

De resto, o terceiro ponto, que é o princípio da subsidiariedade, está plenamente atendido, dada a inexistência de outro meio eficaz a sanar a lesividade de forma ampla, geral e imediata (art. 4º, § 1º, da Lei 9.882/1999).

Uma vez que parte das normas questionadas da Lei 6.729/1979 é anterior à CF de 1988, afigura-se incabível manejar outra ação de controle concentrado de constitucionalidade para questionar sua validade abstrata.

Além disso, a controvérsia versada é constitucionalmente relevante e tem potencial de se repetir em outros processos atuais e futuros. Daí a necessidade de que a Suprema Corte fixe tese sobre o tema, na forma do art. 10, *caput*, da Lei 9.882/1999.

Segundo André Ramos Tavares, em ADPF, *“mais do que apenas promover controle de constitucionalidade e declarar que determinado ato normativo*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

viola preceito fundamental [em alguns casos], é preciso que a decisão indique também como interpretar e aplicar o preceito fundamental violado”³.

É, portanto, cabível esta ADPF, por inexistirem meios processuais outros com aptidão para reparar a lesão a preceitos fundamentais adiante exposta, constante do art. 4º, § 1º, da Lei 9.882/1999.

3. ADPF PARA CONTROLE DE NORMAS PRÉ-CONSTITUCIONAIS E ALTERAÇÕES POSTERIORES

Embora a Lei 6.729/1979 tenha caráter pré-constitucional, é necessário observar que a Lei 8.132, de 26.12.1990, revogou o art. 14 e alterou a redação dos arts. 2º, 5º, 6º, 8º, 13 e 28.

Nesse passo, é mantida a pertinência da ADPF para o controle concentrado de constitucionalidade de norma de natureza pré-constitucional da Lei 6.729/1979 (art. 1º, parágrafo único, I, da Lei 9.882/1999), enquanto a discussão relativa a dispositivos posteriores à Constituição Federal de 1988, trazidos pela Lei 8.132/1990, dar-se-ia sob o rito de julgamento da ADI e da ADO do regime da Lei 9.868/1999, apresentando hipótese de sobreposição

3 TAVARES, André Ramos. Repensando a ADPF no complexo modelo brasileiro de controle da constitucionalidade. In: CAMARGO, Marcelo Novelino (org.). *Leituras complementares de controle de constitucionalidade*. Salvador: JusPodivm, 2017. p. 57-72.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

entre dispositivos pré e pós-constitucionais e, nessa medida, entre os próprios procedimentos da ADPF e da ADI.

Em situação semelhante, na ADPF 6.327 o Pretório Excelso aplicou o princípio da fungibilidade, manifestando-se “*pelo conhecimento de ação direta de inconstitucionalidade como arguição de descumprimento de preceito fundamental*” para, em sede de controle abstrato, apreciar o complexo normativo em que presentes atos anteriores à Constituição Federal de 1988, confira-se:

REFERENDO DE MEDIDA CAUTELAR. AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE. ADI. IMPUGNAÇÃO DE COMPLEXO NORMATIVO QUE INCLUI ATO ANTERIOR À CONSTITUIÇÃO. FUNGIBILIDADE. ADPF. ARGUIÇÃO DE DESCUMPRIMENTO DE PRECEITO FUNDAMENTAL. REQUISITOS PRESENTES. CONHECIMENTO. PROBABILIDADE DO DIREITO. PROTEÇÃO DEFICIENTE. OMISSÃO PARCIAL. MÃES E BEBÊS QUE NECESSITAM DE INTERNAÇÃO PROLONGADA. NECESSIDADE DE EXTENSÃO DO PERÍODO DE LICENÇA-MATERNIDADE E DE PAGAMENTO DE SALÁRIO-MATERNIDADE NO PERÍODO DE 120 DIAS POSTERIOR À ALTA. PROTEÇÃO À MATERNIDADE E À INFÂNCIA COMO DIREITOS SOCIAIS FUNDAMENTAIS. ABSOLUTA PRIORIDADE DOS DIREITOS DAS CRIANÇAS. DIREITO À CONVIVÊNCIA FAMILIAR. MARCO LEGAL DA PRIMEIRA INFÂNCIA. ALTA HOSPITALAR QUE INAUGURA O PERÍODO PROTETIVO.

1. Preliminarmente, assento, *pela fungibilidade, o conhecimento da presente ação direta de inconstitucionalidade como arguição de descumprimento de preceito fundamental, uma vez que impugnado complexo normativo que inclui ato anterior à Constituição e presentes os requisitos para a sua propositura.*



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

2. *Margem de normatividade a ser conformada pelo julgador dentro dos limites constitucionais que ganha relevância no tocante à efetivação dos direitos sociais, que exigem, para a concretização da igualdade, uma prestação positiva do Estado, material e normativa. Possibilidade de conformação diante da proteção deficiente. Precedente RE 778889, Rel(a): Min. Roberto Barroso, Tribunal Pleno, julgado em 10/03/2016.*
3. *O reconhecimento da qualidade de preceito fundamental derivada dos dispositivos constitucionais que estabelecem a proteção à maternidade e à infância como direitos sociais fundamentais (art. 6º) e a absoluta prioridade dos direitos das crianças, sobressaindo, no caso, o direito à vida e à convivência familiar (art. 227), qualifica o regime de proteção desses direitos.*
4. *Além disso, o bloco de constitucionalidade amplia o sistema de proteção desses direitos: artigo 24 da Convenção sobre os Direitos da Criança (Decreto nº 99.710/1990), Objetivos 3.1 e 3.2 da Agenda ODS 2030 e Estatuto da Primeira Infância (Lei nº 13.257/2016), que alterou a redação do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/1990), a fim de incluir no artigo 8º, que assegurava o atendimento pré e perinatal, também o atendimento pós-natal. Marco legal que minudencia as preocupações concernentes à alta hospitalar responsável, ao estado puerperal, à amamentação, ao desenvolvimento infantil, à criação de vínculos afetivos, evidenciando a proteção qualificada da primeira infância e, em especial, do período gestacional e pós-natal, reconhecida por esta Suprema Corte no julgamento do HC coletivo das mães e gestantes presas (HC 143641, Relator(a): Min. Ricardo Lewandowski, Segunda Turma, julgado em 20/02/2018, Processo Eletrônico DJe-215 Divulg 08-10-2018 Public 09-10-2018).*
5. *É indisputável que essa importância seja ainda maior em relação a bebês que, após um período de internação, obtêm alta, algumas vezes contando com já alguns meses de vida, mas nem sempre sequer com o peso de um bebê recém-nascido a termo, demandando cuidados especiais em relação a sua imunidade e desenvolvimento. A alta é, então, o momento aguardado e celebrado e é esta data, afinal, que inaugura o período abrangido pela proteção constitucional à maternidade, à infância e à convivência familiar.*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

6. *Omissão inconstitucional relativa nos dispositivos impugnados, uma vez que as crianças ou suas mães que são internadas após o parto são desigualmente privadas do período destinado à sua convivência inicial.*

7. *Premissas que devem orientar a interpretação do art. 7º, XVIII, da Constituição, que prevê o direito dos trabalhadores à “licença à gestante, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de cento e vinte dias.” Logo, os cento e vinte dias devem ser considerados com vistas a efetivar a convivência familiar, fundada especialmente na unidade do binômio materno-infantil.*

8. *O perigo de dano irreparável reside na inexorabilidade e urgência da vida. A cada dia, findam-se licenças-maternidade que deveriam ser estendidas se contadas a partir da alta, com o respectivo pagamento previdenciário do salário-maternidade, de modo a permitir que a licença à gestante tenha, de fato, o período de duração de 120 dias previsto no art. 7º, XVIII, da Constituição.*

9. *Presentes o fumus boni iuris e o periculum in mora, defiro a liminar, a fim de conferir interpretação conforme à Constituição ao artigo 392, § 1º, da CLT, assim como ao artigo 71 da Lei nº 8.213/91 e, por arrastamento, ao artigo 93 do seu Regulamento (Decreto nº 3.048/99), e assim assentar (com fundamento no bloco constitucional e convencional de normas protetivas constante das razões sistemáticas antes explicitadas) a necessidade de prorrogar o benefício, bem como considerar como termo inicial da licença-maternidade e do respectivo salário-maternidade a alta hospitalar do recém-nascido e/ou de sua mãe, o que ocorrer por último, quando o período de internação exceder as duas semanas previstas no art. 392, § 2º, da CLT, e no art. 93, § 3º, do Decreto nº 3.048/99.”*

(ADI 6.327-MC-Ref., Rel. Min. Edson Fachin, Tribunal Pleno, DJe de 3.4.2020) – Grifos nossos.

Demonstrado o cabimento da ADPF, impende, no mérito, expor as razões pelas quais se postula a declaração de incompatibilidade vertical entre os dispositivos questionados da Lei Ferrari e a Constituição Federal de 1988.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

4. OFENSA A PRECEITOS FUNDAMENTAIS

Conforme se passará a demonstrar, há confronto entre a Lei Ferrari e conteúdos constitucionais, como a livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), a liberdade de contratar (art. 5º, II), a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V), a defesa da concorrência (art. 170, IV) e a repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º):

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

(...)

*IV – os valores sociais do trabalho e da **livre-iniciativa**;*

(...)

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

II – ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

(...)

*XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a **defesa do consumidor**;*

(...)

*Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na **livre-iniciativa**, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:*

(...)

*IV – **livre concorrência**;*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

V – defesa do consumidor;

(...)

Art. 173. Ressalvados os casos previstos nesta Constituição, a exploração direta de atividade econômica pelo Estado só será permitida quando necessária aos imperativos da segurança nacional ou a relevante interesse coletivo, conforme definidos em lei.

(...)

§ 4º A lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros. (...).

Destaque-se, ainda, em consonância ao entendimento do Supremo Tribunal Federal no julgamento da ADPF 33 MC/PA, no sentido do voto do Relator, Ministro Gilmar Mendes, que a ofensa a preceitos fundamentais não ocorre apenas em caso de violação de princípios fundamentais, mas também em caso de conflito com “*regras que confirmam densidade normativa ou significado específico a este princípio*”⁴:

Nessa linha de entendimento, a lesão a preceito fundamental não se configurará apenas quando se verificar possível afronta a um princípio fundamental, tal como assente na ordem constitucional, mas também a disposições que confirmam densidade normativa ou significado específico a esse princípio

4 “*Nessa linha de entendimento, a lesão a preceito fundamental não se configurará apenas quando se verificar possível afronta a um princípio fundamental, tal como assente na ordem constitucional, mas também a disposições que confirmam densidade normativa ou significado específico a esse princípio*”. (ADPF 33 – MC/PA, Rel. Min. Gilmar Mendes, Tribunal Pleno, DJ de 6.4.2004)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

5. CONTEXTO HISTÓRICO DA ELABORAÇÃO DA “LEI FERRARI”

A Lei 6.729, de 28.11.1979, tem sua origem no Projeto de Lei 31/1979, encaminhado ao Congresso Nacional em mensagem presidencial de João Figueiredo, de 24.9.1979⁵, nos termos do art. 51, § 2º, da Constituição então vigente.

Referido Anteprojeto seguiu acompanhado da Exposição de Motivos elaborada por João Camilo Penna, Ministro de Estado da Indústria e do Comércio, e que fora encaminhada à Presidência da República em 10.9.1979.

Segundo o Ministério da Indústria e do Comércio, o PL 31/1979 tinha por escopo a **tutela das relações contratuais entre a indústria automobilística e os seus distribuidores autorizados** para, dentro de uma *“política governamental de assistência à indústria”*, garantir o desenvolvimento *“equilibrado (e) harmonioso”* do setor.

Registrou-se que o desenvolvimento de modelos de produção industrial em massa tornou impossível a prestação direta de serviços de assistência técnica e a comercialização direta de veículos pelas próprias montadoras, razão pela qual vislumbrou-se a **necessidade de delegação dessas atividades a empresas vocacionadas às atividades de distribuição e assistência técnica.**

5 BRASIL. *Diário do Congresso Nacional*. Brasília, DF: Imprensa Nacional. 2 out. 1979, p. 2197-2202.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

O “*contrato de concessão comercial*” teria, assim, a função de conferir segurança jurídica aos contratos celebrados entre montadoras e suas diversas concessionárias, a fim de criar uma rede para a distribuição de produtos e, também, para o fornecimento de suporte técnico a consumidores finais.

O modelo comercial delineado pelo PL 31/1979 serviria, assim, à coordenação das ações comerciais de cada um dos integrantes da rede de concessionárias autorizadas, a fim de **evitar que ações isoladas de um distribuidor prejudicassem integrantes da rede de concessionárias na qualidade de “*unidade integrada de inúmeros componentes*”**.

Indicou-se, ainda, a criação de salvaguardas legais expressas sob o pretexto de proteger a rede de concessionárias ante a inevitável “*relação de subordinação econômica*”, em face do “*extraordinário porte econômico e tecnológico*” das montadoras concedentes.

Relatou-se, por fim, que, com o objetivo de corrigir o PL 746-B75, que precedera o PL 31/1979, suprimiram-se as “*disposições referentes aos direitos do consumidor*”, ao argumento de que as disposições inseridas no “*capítulo destinado aos ‘Direitos do Consumidor’*” não gozavam da “*amplitude*” exigida pelo tema.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Após a devida aprovação pelo Congresso Nacional, o PL 31/1979 foi sancionado pela Presidência da República, em 28.11.1979, data da entrada em vigor da Lei 6.729/1979, doravante denominada “*Lei Ferrari*”.

Miguel Reale⁶, um dos responsáveis diretos pela elaboração do **PL 31/1979** que deu origem à **Lei Ferrari**, relata que o diploma tinha por **objetivo a tutela da relação entre montadoras de veículos e suas concessionárias**. No seu entendimento, cuidava-se de esforço legislativo com a finalidade específica de contrapor-se às estratégias comerciais adotadas pelo oligopólio das montadoras em detrimento dos seus revendedores. Como consequência estabeleceram-se dispositivos legais que, em busca de equidade, regulamentaram a relação contratual entre montadoras e suas concessionárias, em fenômeno que Miguel Reale denominou “*dirigismo contratual*”. Para o autor:

Com o dirigismo contratual, em suma, ao invés de se reprimir a posteriori um previsível abuso, em razão da estrutura oligopolística de dado setor da economia, previne-se a priori a ocorrência desse abuso mediante um sistema de normas que, sem suprimir a livre convenção, condiciona-a a certos parâmetros de natureza equitativa. Tal contrato, no entanto, é sempre consensual. (Grifo nosso.)

A Lei Ferrari teria, assim, estruturado **espécie de contrato-tipo com a função específica de proteger concessionárias de automóveis em face do**

6 REALE, Miguel. Sistema normativo das concessões comerciais de veículos automotivos. In: *Questões de direito privado*. São Paulo: Saraiva, 1997. p. 180.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

poder econômico das suas respectivas montadoras⁷. Para tanto, estipularam-se condições negociais específicas, como, por exemplo:

- (i) a delimitação da área geográfica para comercialização de veículos de uma marca específica;
- (ii) a prestação dos serviços de assistência técnica, garantia e revisão;
- (iii) o uso gratuito da marca do produtor;
- (iv) a exclusividade recíproca em relação aos produtos e à marca; e
- (v) o prazo de vigência do contrato de concessão comercial.

O regime jurídico criado pela Lei Ferrari estava, portanto, ancorado em perspectiva institucional caracterizada por marcada **intervenção do Estado na Ordem Econômica**, que atuava para beneficiar setores específicos da economia nacional.

6. INCOMPATIBILIDADE DO DIRIGISMO ESTATAL DA ECONOMIA INDUSTRIAL E COMERCIAL AUTOMOTIVA NO ATUAL SISTEMA CONSTITUCIONAL BRASILEIRO

Com o advento da Constituição de 1988 e a redemocratização do país, o então **modelo dirigente e intervencionista foi substituído pelo regime de**

7 REALE, Miguel. Do regime jurídico da indústria automobilística brasileira e da necessidade de lei que estabeleça a solidariedade entre suas categorias econômicas, salvaguardando os direitos do consumidor. *In: Questões de direito privado*. São Paulo: Saraiva, 1997. p. 180.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

livre mercado, pautado pela **livre-iniciativa** e pela **livre concorrência**, a partir de previsão constitucional expressa.

Com rigor, a Ordem Econômica da Constituição de 1988 funda-se na **atuação espontânea do mercado**, que impõe limites à atuação estatal, nas palavras do Ministro Luiz Roberto Barroso, *“em condições regulares de funcionamento do mercado concorrencial, não é possível a intervenção estatal que elimine a livre-iniciativa e a livre concorrência – de que é exemplo a supressão da liberdade de fixação dos preços ...”*⁸ (grifo nosso).

Nesse sentido, o Ordenamento Constitucional brasileiro opõe-se à atuação estatal dirigente. A nova opção constitucional foi por um modelo econômico pautado no livre mercado, partindo da aceção de que o método mais eficiente para assegurar a satisfação dos interesses do consumidor é por

8 Assinala o autor: *“Em outras palavras: em condições regulares de funcionamento do mercado concorrencial, não é possível a intervenção estatal que elimine a livre-iniciativa e a livre concorrência – de que é exemplo a supressão da liberdade de fixação dos preços -, seja qual for o fundamento adotado para a medida. (...) Diante de tal premissa, é possível assentar que, em situação de normalidade, independentemente dos fundamentos em tese admissíveis para a intervenção disciplinadora, o controle prévio ou a fixação de preços privados pelo Estado configura inconstitucionalidade patente. A Constituição brasileira não admite como política pública regular o controle prévio de preços”* (BARROSO, Luís Roberto. A Ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. Rio de Janeiro: *Revista de Direito Administrativo*, n. 226, 2008, p. 206-208. Disponível em <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/44384>. Acesso em: 18 set. 2023) – Grifos nossos.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

meio de um mercado em condições de **livre concorrência**, especialmente no que diz respeito a **preços e qualidade de serviços**.

Tércio Sampaio Ferraz Júnior destaca que há diferenças fundamentais entre a concepção dirigista e o modelo constitucional adotado em 1988. Destaca que a intervenção na ordem constitucional consubstancia *“atitude flexível, que visa a estimular o mercado e a definir as regras do jogo”*. Dirigismo, por sua vez, é uma *“atitude rígida que impõe autoritariamente certos comportamentos”*. Neste último caso há direcionamento *“central da economia que funciona na base de um plano geral obrigatório que todos executam”*⁹.

Alguns desses setores receberam especial atenção do Constituinte e foram alçados ao *status* constitucional de competência regulatória privativa da União, conforme disposição do art. 22 da Constituição Federal. A escolha desses setores como competência federal privativa se pauta, justamente, na sua *“essencialidade”* para a própria estrutura nacional, cabendo a sua regulação ao Estado, como é o caso dos setores estratégicos de telefonia e energia elétrica (art. 22, IV).

9 FERRAZ JÚNIOR, Tércio Sampaio. Congelamento de preços — Tabelamentos oficiais. Disponível em: <https://www.terciosampaioferrazjr.com.br/publicacoes/congelamento-de-precos>. Acesso em: 24 jul. 2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

No art. 174 foram estabelecidos os limites da atuação do Estado na atividade econômica, atribuindo ao Estado a função normativa e reguladora quanto às funções de *“fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado”*. Segundo Calixto Salomão Filho, *“com essa frase final o constituinte procurou afastar a possibilidade de dirigismo estatal da economia”*¹⁰.

Excluído o dirigismo, a forma de atuação do Estado no domínio econômico encontra os seus limites nos próprios princípios previstos no art. 170 da Constituição Federal, como a valorização do trabalho humano, a livre-iniciativa e a busca da justiça social. Ainda para Calixto Salomão Filho, tais princípios expressam *“limites absolutos a qualquer política industrial”*¹¹, sendo que a partir de tais observações, exsurge *“um critério constitucional importante para avaliação da política industrial. Ela não pode ser direcionada a substituir ou eliminar o sistema concorrencial”*¹².

A conclusão baseia-se na adequação da política industrial aos princípios e objetivos fundamentais da Ordem Econômica estabelecidos no art. 170, *caput*, da Constituição Federal. Ou seja, uma política tendente a eliminar a concorrência é claramente contrária à livre-iniciativa.

10 SALOMÃO FILHO, Calixto. *Direito concorrencial*. 2. ed. São Paulo: Forense: 2021. p. 175.

11 *Ibidem*, p. 175.

12 *Ibidem*, p. 176.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Nesse sentido, a regulação e a intervenção do Estado no domínio econômico adquire a natureza de poder-dever sempre que necessárias à tutela de setores sensíveis na direção de proteção aos diversos outros princípios constitucionais, como a justiça social e a defesa do consumidor. Na mesma direção, o entendimento adotado pelo Ministro Alexandre de Moraes na ADI 6.123:

O princípio da livre iniciativa, garantido no art. 170 da Constituição, não proíbe o Estado de atuar subsidiariamente sobre a dinâmica econômica para garantir o alcance de objetivos indispensáveis para a manutenção da coesão social, entre eles a proteção do consumidor (art. 170, V, da CF), desde que haja proporcionalidade entre a restrição imposta e a finalidade de interesse público, como ocorre no caso.
(ADI 6.123/DF, Rel. Min. Alexandre de Moraes, DJe de 16.4.2021)

Considerando que a **“Lei Ferrari”** foi elaborada com base em política industrial do setor automotivo marcada por forte **“dirigismo estatal”** da época, evidentemente **incompatível com o atual modelo da Ordem Constitucional vigente**, ancorada no regime de livre mercado, pautado pela **livre-iniciativa, livre concorrência** e na **repressão ao abuso de poder econômico**, há uma evidente **incompatibilidade entre a política industrial e comercial automotiva implementada por meio da “Lei Ferrari” e o atual regime constitucional.**

É significativo o estudo elaborado pelo **Departamento de Estudos Econômicos (DEE)**, Órgão do CADE (art. 5º, III, da Lei 12.529/2011), que aponta a **intervenção indevida na Economia pela Lei 6.729/1979**, servindo de



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

justificativa legal para práticas abusivas, além de dificultar a atuação da Autoridade Antitruste, como se extrai da Nota Técnica nº 38/2022, de 23.11.2022¹³
(Documento Anexo, fls. 1):

***Ementa:** Avaliação dos efeitos concorrenciais gerados pela Lei nº 6.729/1979, a Lei Ferrari, que regula as relações entre fabricantes de veículos automotores e seus concessionários. A Lei representa uma intervenção direta indevida do Estado na economia, gerando limitações à liberdade de empresas e consumidores. Restrições verticais previstas na lei podem ter efeitos concorrenciais e econômicos positivos e negativos, portanto devem ser avaliadas caso a caso a fim de se aferir seus resultados líquidos. A Lei Ferrari pode ser usada como justificativa legal para práticas abusivas relacionadas a restrições verticais nos mercados de distribuição de veículos, dificultando a ação da autoridade antitruste. Sugere-se a revisão da Lei Ferrari no sentido de adequar o setor ao ambiente de livre concorrência e liberdade econômica. (Grifos nossos.)*

O questionamento nos Tribunais Brasileiros dos contratos regidos pela Lei Ferrari é crescente, pois além da elevada capacidade econômica desse setor da economia, que é especialmente formada por multinacionais ou grupos financeiros internacionais, ao prever a clara proteção legal pelo Estado

13 BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Departamento de Estudos Econômicos. Nota Técnica 28/2022. Disponível em: https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?HJ7F4wnIPj2Y8B7Bj80h1lskjh7ohC8yMfhLoDBLddY4nDOiVSkm2S7WOBm_jFGVe4aHGCIOLHG62-_Q13uAUIRj2xHMDXOJrHQFGPKG9wOtJMNrUKhT_IKJWzMUkEpL#:~:text=O%20objetivo%20da%20presente%20Nota,comercial%20do%20mercado%20automotivo%20brasileiro. Acesso em: 4 set. 2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

da indústria automobilística, favorece o **abuso do poder econômico**, sendo o Judiciário o estuário natural para afastá-lo:

*APELAÇÃO – CONTRATO DE CONCESSÃO COMERCIAL – VENDA DE VEÍCULOS – “LEI FERRARI” – RESCISÃO DO CONTRATO – CULPA DA CONCEDENTE VERIFICADA – ABUSO DO PODER ECONÔMICO – IMPOSIÇÕES DE ESTRATÉGIAS COMERCIAIS. – O regime de exclusividade é previsto no art. 3º da Lei 6729/79 – Lei Ferrari como condição do contrato de concessão comercial, estabelecido, inclusive, no contrato firmado entre as partes; - A perícia contábil, bem como a farta documentação trazida aos autos, permite concluir que a ré deu causa à rescisão contratual, ao impor, de forma unilateral, expansão desarrazoada à autora, causando-lhe sérios prejuízos financeiros – enorme importe financeiro realizado pela autora (expansão das suas atividades em curto espaço de tempo) – **abuso do poder econômico**; RECURSO IMPROVIDO.*
(TJSP, AC 0142156-56.2010.8.26.0100; Rel. Des. Maria Lúcia Pizzotti, 30ª Câmara de Direito Privado, Foro Central Cível – 16ª Vara Cível, j. 13.12.2017, Data de Registro 18.12.2017) – Grifos nossos.

Apesar de diverso o conteúdo constitucional da época em que aprovada a Lei Ferrari, além da mudança do quadro constitucional de 1988, a economia nacional evoluiu para um modelo de reduzida intervenção estatal na economia, afirmando os princípios constitucionais da livre-iniciativa e da livre concorrência, recebendo em 2019, com a **Lei 13.874 (Lei de Liberdade Econômica)**, a afirmação infraconstitucional dos princípios da “*liberdade como uma garantia no exercício de atividades econômicas*” (art. 2º, I), e da “**intervenção subsidiária e excepcional do Estado sobre o exercício de atividades econômicas**” (art. 2º, III) (grifo nosso).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Mesmo que a Lei de Liberdade Econômica seja aplicável à regulação infralegal (art. 4º, *caput*), é claramente contrária à intervenção direta do Estado na economia, salvo excepcionalmente, como claramente observado pelo DEE/CADE na Nota Técnica nº 38/2022 (fls. 5):

4.1. Intervenção estatal em questões comerciais privadas

(...)

Em seu artigo 4º, a Lei de Liberdade Econômica veda o abuso regulatório por parte da administração pública, visando evitar práticas restritivas da livre iniciativa e da livre concorrência, tais como:

- *criar reserva de mercado ao favorecer, na regulação, grupo econômico, ou profissional, em prejuízo dos demais concorrentes;*
- *redigir enunciados que impeçam a entrada de novos competidores nacionais ou estrangeiros no mercado;*
- *redigir enunciados que impeçam ou retardem a inovação e a adoção de novas tecnologias, processos ou modelos de negócios, ressalvadas as situações consideradas em regulamento como de alto risco;*
- *aumentar os custos de transação sem demonstração de benefícios;*
- *criar demanda artificial ou compulsória de produto, serviço ou atividade profissional, inclusive de uso de cartórios, registros ou cadastros;*
- *introduzir limites à livre formação de sociedades empresariais ou de atividades econômicas.*

Tais resultados, que são considerados indesejados sob os princípios da LLE, podem ser gerados pela regulação engendrada na Lei Ferrari. Está claro que os dispositivos de LLE não se aplicam às Leis Ordinárias, mas às normas infralegais, como ressalvado no caput do referido artigo 4º, mas o que se está querendo evidenciar é a clara contradição entre essas duas normas, que refletem os contextos econômicos e políticos de épocas diferentes, sendo que a norma mais recente, a Lei de



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Liberdade Econômica, é claramente contrária à intervenção direta do Estado na economia, ressalvados casos excepcionais.

A previsão expressa de contornos negociais a serem atendidos em contratos de distribuição celebrados entre concessionárias e montadoras da indústria automobilística gera, indubitavelmente, a planificação obrigatória do Direito, encontrando-se, nesta medida, em conflito com a Constituição Federal de 1988, especialmente no pertinente à “livre-iniciativa”, à “livre concorrência” e à “vedação de abuso econômico”.

7. ATUAÇÃO ESTATAL E IMUNIDADE ANTITRUSTE

A Constituição Federal de 1988 não submeteu o setor automotivo à **regulação estatal especial**, seja de modo integral ou supletivo, sendo, portanto, inconstitucional a regulação interventiva estatal na indústria automobilística.

Além disso, a **atual Ordem Constitucional também não criou imunidades ou isenções antitrustes expressas** para qualquer setor em relação à aplicação do Direito Antitruste, o que também é sustentado por Calixto Salomão Filho: *“a Constituição brasileira não prevê qualquer imunidade expressa à aplicação do direito antitruste”*¹⁴ (grifo nosso).

14 *“Imunidade antitruste: A questão da imunização da conduta do agente por força da atuação governamental não apresentaria dificuldade em presença de declaração constitucional expressa de imunidade para este ou aquele setor. Não é isso o que ocorre, no entanto. A Constituição brasileira não prevê qualquer imunidade expressa à aplicação do direito antitruste”* (SALO-



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Para dar concretude ao mandamento constitucional do art. 173, § 4º, da Constituição Federal foi criado o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), encarregado da política de defesa da livre concorrência no Brasil.

Porém, a Lei Ferrari se apresenta em flagrante descompasso com o comando constitucional, que ganha concretude pela atuação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), pois exime o setor automotivo, na relação entre montadoras e concessionárias, da aplicação da Lei 12.529/2011 e da atuação das Autoridades Antitruste na repressão das condutas abusivas.

A exclusão decorre da autorização legal da imposição de cláusulas restritivas verticais inconstitucionais e abusivas em contratos de distribuição, firmados entre as montadoras e as concessionárias, **excepcionando o setor automotivo da atuação das Autoridades Antitruste.**

Isso porque a Lei Ferrari prevê e autoriza restrições verticais nos contratos, partindo do pressuposto de que tais regras sempre e, em qualquer hipótese, geram benefícios e eficiências para os agentes de mercado. No entanto, a depender do caso concreto, tais cláusulas restritivas podem se mostrar abusivas e anticompetitivas, demandando a repressão da Autoridade Antitruste.

MÃO FILHO, Calixto. *Direito concorrencial*. 2. ed. São Paulo: Forense: 2021. p. 203).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Embora não exista isenção ou imunidade expressa à análise da Autoridade Concorrencial no texto legal, os agentes de mercado podem se utilizar do arcabouço legal, diga-se a “Lei Ferrari”, para justificar a imposição de cláusulas restritivas nos contratos de distribuição e, desta forma, afastar a atuação da Autoridade na repressão das condutas abusivas.

Portanto, não havendo no texto constitucional nenhuma imunidade expressa à aplicação do Direito Antitruste, a Lei Ferrari, ao permitir a utilização de cláusulas restritivas para o setor automotivo, o exclui da atuação das Autoridades Antitruste, criando verdadeira isenção em bloco para a prática de condutas abusivas, além de violar normas constitucionais.

8. DOS PRECEITOS CONSTITUCIONAIS VIOLADOS

8.1 Repressão ao abuso de poder econômico (art. 173, § 4º)

A Constituição Federal de 1988 promoveu profundas alterações na Ordem Econômica nacional, passando de um regime dirigista para a prevalência da livre-iniciativa, da livre concorrência e de defesa do consumidor (CF, art. 170, *caput* e IV e V).

Para afirmar essa mudança, o art. 173, § 4º, previu expressamente que a “**lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos**



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros”, cujo controle de condutas anticompetitivas no âmbito do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC (anterior Lei 8.884/1984, atual Lei 12.529/2011), é promovido especialmente pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

Ao autorizar condutas contrárias à livre-iniciativa e à livre concorrência, a Lei Ferrari afronta o art. 173, § 4º, criando uma série de **isenções** que autorizam a prática de atos comerciais que, a depender do caso, podem se revelar deletérias à Ordem Econômica, **subtraindo indevidamente do SBDC o setor automotivo da fiscalização e atuação do CADE.**

Ao prever dispositivos legais que, ora autorizam, ora determinam, a inserção de cláusulas contratuais concorrencialmente restritivas, a Lei Ferrari reduz o espaço para a análise dos efeitos anticoncorrenciais de tais acordos. Por se tratar de acordos verticais cujos efeitos somente podem ser analisados de maneira casuística e que, a depender da hipótese concreta, podem ou não apresentar “eficiências econômicas”, é indispensável que se outorgue a órgãos técnicos especializados a competência para apreciar os efeitos econômicos líquidos mensurados e sopesados concretamente, e, no caso de infringirem normas concorrenciais, serem responsabilizados pelas infrações cometidas.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

A autorização legal para imposição de cláusulas contratuais restritivas, por expressa disposição da lei, acaba por impedir a análise da infração à Lei 12.529/2011 pela Autoridade Antitruste, permitindo não só o abuso de poder econômico, como a colusão horizontal entre montadoras ou entre concessionárias, ou até mesmo a colusão vertical entre montadoras e concessionárias.

Embora restrições verticais possam gerar eficiências, também podem produzir efeitos anticompetitivos, por isso é necessário que seja aferível pela Autoridade Antitruste sob a perspectiva da regra da razão.

A Lei Ferrari parte do princípio absoluto de que gera benefícios para os agentes do mercado (montadoras e concessionários), porém sem expressar qualquer preocupação com a comodidade do consumidor final, e por mais que não afirme expressamente isenção à análise da Autoridade de Defesa da Concorrência, as empresas do setor automotivo sempre poderão *“justificar práticas potencialmente abusivas com a alegação de que as mesmas estão respaldadas pelo texto da Lei específica que rege as relações entre fabricantes e concessionários”*, como atentamento apontado pelo DEE/CADE na Nota Técnica nº 28/2022:

4.5. Restrições Verticais

Ao longo da Resolução nº 20/1999, são apresentadas diversas formas de restrições verticais, onde se apontam os possíveis danos à concorrência e as justificativas econômicas para a sua adoção pelas empresas. Motta (2004) conclui, após abordar detalhadamente cada tipo de restrição



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

vertical, que eles tanto podem ser geradores de eficiências, quanto produzir efeitos anticompetitivos, logo a proibição per se de tais práticas (ou seja considerá-las inerentemente prejudiciais ao ambiente concorrencial) é claramente inapropriada, sendo recomendada a análise sob a regra da razão.

No caso da Lei Ferrari, essa conclusão pode ser vista de um ângulo oposto. A Lei estabelece regras que implicam restrições verticais partindo de um princípio que tais regras geram benefícios para os agentes do mercado, especialmente fabricantes de veículos automotores e seus concessionários. Entretanto, não considera a possibilidade de que tais regras produzam efeitos anticompetitivos. Isso é tão inapropriado, quanto a condenação per se de restrições verticais.

Embora não haja na Lei uma isenção à análise da autoridade de defesa da concorrência, empresas do setor sempre poderão justificar práticas potencialmente abusivas com a alegação de que as mesmas estão respaldadas pelo texto da Lei específica que rege as relações entre fabricantes e concessionários. Portanto, a Lei restringe ou dificulta em alguma medida a ação da autoridade antitruste na apuração e punição de possíveis condutas anticompetitivas nos mercados de distribuição de veículos automotores no Brasil. (Grifos nossos.)

Como escrevem Gilmar Mendes e Paulo Gustavo Gonet Branco, ao exercer a sua competência política para a criação de leis, o legislador “*não pode prescindir dos limites decorrentes das normas constitucionais*”¹⁵, e por se situarem no topo da pirâmide jurídica, as normas constitucionais “*constituem o fundamento de validade de todas as outras normas inferiores e, até certo ponto, determinam ou orientam o conteúdo material destas*”¹⁶.

15 MENDES, Gilmar; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. *Curso de direito constitucional*. São Paulo: Saraiva Jur, 2021. Livro Eletrônico, p. 128.

16 *Ibidem*, p. 128-129.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Portanto, ao impedir a concretização do art. 173, § 4º, a Lei Ferrari é incompatível com a Constituição Federal de 1988, ensejando a declaração de não recepção do texto anterior, e a inconstitucionalidade das alterações introduzidas durante o atual Ordenamento Constitucional.

8.2 Ofensa aos princípios da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*) e da liberdade de contratar (art. 5º, II)

A dupla menção à livre-iniciativa, pela Constituição Federal, indica a importância estruturante desse princípio, prevista como um dos fundamentos da República (art. 1º, IV), e retomada como princípio fundamental da Ordem Econômica (art. 170, *caput*). Além da dupla menção, também há um papel dúplice do princípio, cuja **livre-iniciativa** como fundamento da República é desdobramento de uma liberdade geral que transcende a esfera econômica, alcançando a **liberdade de contratar** (art. 5º, II)¹⁷.

Nesse sentido, é comum que o princípio da livre-iniciativa, como preceito fundamental (art. 1º, IV), seja elencado como base de outros direitos oriundos da liberdade, como o direito de associação¹⁸.

17 “Entre nós, no plano da Constituição de 1988, a liberdade é consagrada, principiologicamente, como fundamento da República Federativa do Brasil e como fundamento da ordem econômica. Ao princípio dá concreção, a própria Constituição, nas regras (normas) inscritas, v.g., no seu art. 5, incisos II, VI, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XX – e 206, II” (GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 14. ed. São Paulo: Malheiros, 2010. p. 204).

18 “Por isso mesmo o direito de associação está vinculado ao preceito da proteção da dignidade da pessoa humana, aos princípios de livre iniciativa, da autonomia da vontade e da garantia da



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Como princípio da Ordem Econômica, o mandamento é expressão máxima da liberdade de iniciativa econômica e, ainda, expressão da opção do Constituinte pelo regime de mercado¹⁹. Em ambos os sentidos, que são notadamente complementares, é imperiosa a conclusão de que **a liberdade de iniciativa é princípio regente das relações sob a égide constitucional**²⁰, **sobretudo nas relações econômicas estabelecidas no livre mercado.**

A livre-iniciativa não configura, contudo, princípio que se erige sozinho ou se materializa de forma isolada, pois gozar da liberdade de acesso e, principalmente, de permanência no mercado, o que é a **expressão plena** da

liberdade de expressão” (MENDES, Gilmar; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. *Curso de direito constitucional*. São Paulo: Saraiva Jur, 2021. Livro Eletrônico, p. 582).

- 19 “Além de ser um princípio fundamental do Estado brasileiro, a livre-iniciativa é também um princípio geral da ordem econômica. Isso significa uma clara opção por um regime de economia de mercado – que gravita em torno da lei da oferta e da procura – e não de uma economia planejada, em que os agentes econômicos são obrigados a seguir as diretrizes estatais. Ao contrário, o art. 174 da Constituição específica que o planejamento econômico é ‘determinante para o setor público e indicativo para o setor privado’. É possível extrair, da própria Constituição, os elementos essenciais do conteúdo desse princípio: (...)” (BARROSO, Luís Roberto. Estado e livre-iniciativa na experiência constitucional brasileira. *Revista Eletrônica de Direito do Estado*, Salvador: Instituto Brasileiro de Direito Público, n. 33, jan./fev./mar. 2013. Disponível em: <http://www.direitodoestado.com.br/codrevista.asp?cod=683>. Acesso em: 4 set. 2023).
- 20 “O princípio da livre-iniciativa, por sua vez, pode ser decomposto em alguns elementos que lhe dão conteúdo, todos eles desdobrados no texto constitucional. Pressupõe ele, em primeiro lugar, a existência de propriedade privada, isto é, de apropriação particular dos bens e dos meios de produção (CF, arts. 5º, XXII e 170, II)” (BARROSO, Luís Roberto. A ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 226, p. 189-190, out./dez. 2001. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rda/article/view/47240/44652>. Acesso em: 4 set. 2023).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

livre-iniciativa, pressupõe o **exercício de outras liberdades**, as quais fornecem os **elementos que constituem em conjunto o princípio da livre-iniciativa**.

Nas palavras de Paula Forgioni, a **livre-iniciativa é**, em essência, **composta pela liberdade de contratar**²¹. Essas duas facetas da liberdade, aliadas à livre concorrência (art. 170, IV), formam o conjunto principiológico que rege o sistema de livre mercado constitucionalmente consagrado pela Ordem Econômica.

Portanto, a **liberdade de contratar** (art. 5º, II) figura como **elemento constitutivo da liberdade de iniciativa**, que segundo o Ministro Luiz Roberto Barroso, é *“decorrência lógica do princípio da legalidade, fundamento das demais liberdades, pelo qual ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”*²².

21 *“O papel central do princípio da livre iniciativa na economia capitalista é garantir que os agentes econômicos tenham acesso ao mercado e possam nele permanecer, assegurando o acesso à contratação. Está visceralmente atado à liberdade de iniciativa econômica e à liberdade de empresa, que, por sua vez, significa a liberdade de lançar-se à atividade, desenvolvê-la e abandoná-la sponete própria. Encerra, ao mesmo tempo, a liberdade de contratar e a liberdade de concorrência”* (FORGIONI, Paula Andrea. *Contratos empresariais: teoria geral e aplicação*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 275).

22 BARROSO, Luís Roberto. A ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 226, out./dez. 2001. p. 190. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rda/article/view/47240/44652>. Acesso em: 4 set. 2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Nesse sentido, é do art. 5º, II, que emana a previsão da liberdade de contratar – ou, ainda, de não contratar –, sendo ambas dimensões possíveis dessa liberdade²³.

O livre mercado pressupõe, por óbvio, a existência de um fluxo de relações econômicas, o qual é baseado na celebração de acordos e contratos entre seus agentes. Desse modo, a liberdade de contratar, apesar de ser comumente considerada como derivada da livre-iniciativa, em verdade é seu pressuposto: para que haja liberdade de iniciativa econômica é necessário que exista, previamente, a liberdade de celebrar os contratos que viabilizem qualquer iniciativa econômica.

Tal entendimento é corroborado por Eros Grau, para o qual *“a liberdade contratar não é senão um corolário da propriedade privada dos bens de produção”* e *“tem sentido precípua de viabilizar a realização dos efeitos e virtualidades da propriedade individual dos bens de produção”*²⁴.

Desse modo, a livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*) tem como pressuposto a liberdade de contratar (art. 5º, II), a qual instrumentaliza o uso da

23 Cf. GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 14. ed. São Paulo: Malheiros, 2010. p. 94.

24 *Ibidem*, p. 92.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

propriedade privada e os efeitos dela decorrentes (art. 5º, XXII), cuja articulação do mercado é a sua base constitucional.

Há possibilidade de restrição ou limitação no caso de colisão com direitos de mesmo *status* constitucional, ou por liberalidade das partes no exercício da autonomia das vontades ou, ainda, por força de lei²⁵. No entanto, **Constituição Federal não oferece ao Estado aval para que edite leis restringindo de modo inconstitucional a atividade econômica e empresarial, suprimindo a livre-iniciativa ou vulnerabilizando-a no seu núcleo essencial**²⁶.

25 “A empresa é livre para agir no espaço deixado pela lei, de forma que o texto normativo é, ao mesmo tempo, limite e garantia de sua liberdade” (FORGIONI, Paula Andrea. *Contratos Empresariais: teoria geral e aplicação*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019. p. 275).

26 “O princípio da livre-iniciativa, por sua vez, pode ser decomposto em alguns elementos que lhe dão conteúdo, todos eles desdobrados no texto constitucional. Pressupõe ele, em primeiro lugar, a existência de propriedade privada, isto é, de apropriação particular dos bens e dos meios de produção (CF, arts. 5º, XXII e 170, II). De parte isto, integra, igualmente, o núcleo da ideia de livre-iniciativa a liberdade de empresa, conceito materializado no parágrafo único do art. 170, que assegura a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização, salvo nos casos previstos em lei. Em terceiro lugar situa-se a **livre concorrência, lastro para a faculdade de o empreendedor estabelecer os seus preços, que não de ser determinados pelo mercado, em ambiente competitivo** (CF, art. 170, IV). Por fim, é da essência do regime de livre-iniciativa a liberdade de contratar, decorrência lógica do princípio da legalidade, fundamento das demais liberdades, pelo qual ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei (CF, art. 5º, II). É certo que **alguns dos princípios setoriais podem autorizar a produção de normas que interfiram com a livre-iniciativa. Isto é natural e inevitável. Mas tais princípios não têm força jurídica para validar atos que venham suprimir a livre-iniciativa ou vulnerá-la no seu núcleo essencial**” (BARROSO, Luís Roberto. A ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 226, out./dez. 2001. p. 198). Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rda/article/view/47240/44652>. Acesso em: 4 set. 2023).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Nesse sentido, é necessário que se questione **em quais situações a empresa pode ser obrigada [pelo Estado] a adotar determinado comportamento.**

Desse modo, os mercados elencados no art. 22 da CF oferecem um claro direcionamento dos setores sensíveis, submetidos à regulação, normatização e fiscalização estatal, sendo a regra a liberdade de iniciativa, de contratação e de concorrência.

A Lei Ferrari ao prever restrições concorrenciais para práticas com nítido caráter contratual em setor não elencado na Constituição como regulado, sensível ou de risco, ofende a liberdade de iniciativa e a liberdade contratual, implantando, de forma inconstitucional, a regulação estatal do direito de contratar sob o regime de livre mercado das concessionárias com a indústria automobilística.

Nesse sentido, ao regular a formatação completa da dinâmica comercial e contratual a ser estabelecida entre as montadoras (indústria) e distribuidores (comércio) de veículos automotores, sem que se enquadre o setor automotivo como mercado submetido constitucionalmente à regulação estatal especial, a Lei Ferrari afronta a liberdade de contratar e viola os preceitos fundamentais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*) e da livre concorrência (art. 170, IV).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

8.3 Ofensa à livre concorrência (art. 170, IV)

Embora a livre concorrência integre o princípio da livre-iniciativa, a Constituição Federal de 1988 consolidou-a de modo expreso no art. 170, IV, cuja opção denota especial preocupação com a construção de um mercado efetivamente livre, caracterizado não só pela autonomia dos agentes privados em face do Estado, mas também pela isonomia e pelas relações econômicas saudáveis entre eles.

Por intermédio da concorrência, busca-se concretizar a acepção material da livre-iniciativa, criando defesas não só em face da intervenção indevida do Estado, mas também a proteção de agentes econômicos privados, em face do abuso do direito à livre-iniciativa, seja por intermédio de conduta unilateral com abuso de poder econômico, seja pela coordenação ilegal e abusiva entre agentes privados para, por intermédio de condutas colusivas, dominar indevidamente determinado mercado ou setor da economia²⁷.

27 “A proteção da livre concorrência, como abordado no item anterior, decorre da compreensão de que a livre iniciativa, na acepção de liberdade de iniciativa empresarial, pressupõe não apenas a ideia de liberdade para acessar o mercado, mas também a ideia de liberdade para permanecer no mercado, isto é, a livre concorrência, entendida esta como liberdade para exercer a luta econômica sem (a) a interferência do Estado e (b) os obstáculos impostos pelos outros agentes econômicos (privados)” (GOMES, Carlos Jacques Vieira. O princípio constitucional da livre concorrência: corolário da livre iniciativa ou princípio autônomo da ordem econômica? In: *Constituição de 1988: o Brasil 20 anos depois – Estado e economia em vinte anos de mudanças*. Brasília: Senado Federal, 2008. v. 4, p. 6. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/outras-publicacoes/volume-iv-constituicao-de-1988-o-brasil-20-anos-depois.-estado-e->



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

A concorrência é, nessa medida, baliza endógena, cujos efeitos repercutem na oposição ao exercício abusivo do poder econômico. Erige-se, no ordenamento econômico, como mecanismo contrário ao exercício privado abusivo de poder econômico. Esta característica leva agentes econômicos de grande porte a racionalizarem formas de eliminá-la, seja de modo lícito, por intermédio de acordos de natureza lícita, através de operações de fusão e aquisição, seja por intermédio de ações ilícitas, pela via dos acordos colusivos ou mediante práticas unilaterais abusivas de poder econômico. Nessas circunstâncias, haverá justificativa bastante para legitimar esforço exógeno do Estado em busca da paridade entre concorrentes dos diversos setores da economia.

A concorrência não é, assim, apenas um fenômeno econômico, mas um direito cujos efeitos, por força de expressa disposição constitucional, devem necessariamente ser buscados pelo Estado, cuja concretização depende, naturalmente, da criação de mecanismos legais e materiais a fim de garantir condições isonômicas para o exercício livre: do comércio (*freedom of trade*), da prerrogativa de escolha (*freedom of choice*) e da prerrogativa de acesso (exploração) aos mercados (*freedom of access to markets*)²⁸.

[economia-em-vinte-anos-de-mudancas/principios-gerais-da-ordem-economica-o-principio-constitucional-da-livre-concorrencia-corolario-da-livre-iniciativa-ou-principio-autonomo-da-ordem-economica/@@download/file/11-CarlosJacquesVGomes.pdf](https://www.transparencia.mpf.br/validacaodocumento/Chave%2080b8a0a7.2548998c3.098e5f11.29a07e34). Acesso em: 17 jul. 2023).

28 Cf. KHEMANI, R. Shyam *et al.* (Ed.). A framework for the design and implementation of competition law and policy. World Bank Publications, 1999. p. 2. Disponível em:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

A garantia da livre concorrência representa, por outro lado, o direito à exploração livre do mercado sem a interferência deletéria do Estado. A intervenção estatal é, nesta medida, hipótese excepcional, aplicável aos casos em que se busca, por intermédio de balizas e incentivos exógenos, conferir efetividade à livre concorrência ou, ainda, quando se verifique conflito entre a livre-iniciativa e os demais princípios gerais da atividade econômica e/ou com outros bens jurídicos de *status* constitucional, como, por exemplo, os Direitos Fundamentais.

Nesse sentido, a Lei Ferrari além de se encontrar em evidente desconformidade com a livre-iniciativa, mais precisamente, com o corolário da liberdade de contratar ou liberdade negocial, está em descompasso com o princípio da livre concorrência.

O regime delineado pela Lei Ferrari denota, neste passo, severas preocupações de ordem concorrencial, encontrando-se, nesta medida, em claro conflito com o preceito fundamental da livre concorrência (art. 170, IV).

https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=HX6aIPZQC&oi=fnd&pg=PR1&dq=KHEMANI+SHYAM+1999&ots=pv5fZ5dG7T&sig=61aoyvgUUaPKO7W-2tX3edCqb40&redir_esc=y#v=onepage&q=KHEMANI%20SHYAM%201999&f=false
Acesso em: 9 jul. 2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

8.4 Ofensa ao princípio da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V)

O regime jurídico da Lei Ferrari também não se coaduna com o regime constitucional de defesa do consumidor, elevado à categoria direito fundamental (art. 5º, XXXII), elencado como princípio da Ordem Econômica (art. 170, V).

Ao contrário do mandamento constitucional da repressão ao abuso econômico (art. 173, § 4º), a defesa do consumidor não havia recebido previsão nas Constituições anteriores, cuja preocupação tem fundamento no evidente desequilíbrio entre os integrantes de relações de consumo, já que, em regra, há discrepância econômica, técnica e jurídica entre o fornecedor de produto ou serviço e o consumidor, cabendo ao Estado fiscalizar e editar normas protetivas do consumidor, prevenindo danos ou sancionando condutas anticoncorrenciais²⁹, em especial o **direito de escolha** e o **bem-estar dos consumidores**.

29 *“Cabe ao Estado fiscalizar o regular atendimento, pela iniciativa privada, dos princípios de funcionamento da ordem econômica. No desempenho dessa competência, deverá editar normas coibindo abusos contra o consumidor, prevenindo danos à natureza ou sancionando condutas anti-concorrenciais, para citar alguns exemplos. Ao traçar esta disciplina, deverá o Poder Público, como natural, pautar-se no quadro da Constituição, tendo como vetor interpretativo os fundamentos do Estado e da ordem econômica: livre iniciativa e valorização do trabalho”* (BARROSO, Luís Roberto. A ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 226, out./dez. 2001. p. 198. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rda/article/view/47240/44652>. Acesso em: 4 set. 2023).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Sob essa perspectiva, a estrutura contratual prevista na Lei Ferrari **reduz significativamente a competitividade** do mercado de revenda de veículos automotores novos, além de **reduzir as opções e a qualidade dos produtos ofertados ao consumidor final**, o que termina por **reduzir os incentivos à oferta de opções comerciais e a própria variedade de produtos**.

Exemplificativamente, as concessionárias, ao gozarem do direito à exclusividade operacional geográfica, o que supostamente teria o objetivo de proteger o mercado dos revendedores, garantindo-lhes tempo suficiente para recuperação dos investimentos realizados para o início de suas atividades (art. 5º, I e II, da Lei 6.729/1979), embora possa – de fato – favorecer a atividade comercial de concessionárias autorizadas, **cria incentivos econômicos absolutamente contrários ao interesse do consumidor, ao garantir área de revenda exclusiva**, criando uma espécie de **imunidade à concorrência**, fator que costuma conduzir à inevitável elevação de preços.

Mesmo que se admita que, em casos específicos, possam ser constatadas eficiências econômicas capazes de justificar a celebração de contratos com cláusula de raio, é indispensável a análise ponderada do resultado líquido de bem-estar total gerado, caso a caso, para o mercado consumidor final. É necessário, nessa hipótese, que, por intermédio da análise econômica e da ponderação dos valores constitucionais envolvidos, seja buscada a maximização



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

da força normativa de todos preceitos fundamentais envolvidos, privilegiando-se aquele que, sem olvidar do fomento à concorrência e à livre-iniciativa, apresente benefícios para o dever de defesa do consumidor.

A criação de permissivos legais autorizando ou, até mesmo, exigindo a inserção de cláusulas contratuais contrárias aos comandos constitucionais concorrenciais terminam por afetar o consumidor, elevado à condição de preceito fundamental (art. 5º, XXXII e art. 170, V).

**9. DOS DISPOSITIVOS NÃO RECEPCIONADOS E
INCONSTITUCIONAIS**

A Lei Ferrari apresenta diversos dispositivos que conflitam não só com a liberdade de iniciativa, a livre concorrência e o mandamento constitucional de repressão ao abuso de poder econômico, mas, também, com o dever fundamental de proteção ao consumidor.

A fim de sistematizar a análise, são selecionados os artigos estruturantes da Lei Ferrari, apontando-se, item a item, os artigos em descompasso com a Ordem Econômica.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

9.1 Art. 30 (Nulidade das cláusulas contrárias à Lei Ferrari)

Oportuno que a análise do art. 30 preceda aos artigos anteriores, pois apesar de topograficamente situado entre os últimos dispositivos legais, expressa o conteúdo cogente da Lei 6.729/1979, considerando **nulas as cláusulas dos contratos que contrariem a Lei:**

*Art. 30. A presente Lei aplica-se às situações existentes entre concedentes e concessionários, sendo **consideradas nulas as cláusulas dos contratos em vigor que a contrariem.***

Por expressa previsão legal, a Lei Ferrari é aplicada na relação estabelecida no contrato de concessão em detrimento da autonomia de vontades, impondo a nulidade das cláusulas que a contrariem.

Esse caráter cogente permite visualizar as disposições dos demais artigos na perspectiva da obrigatoriedade, do cerceamento das liberdades dos agentes econômicos, cujo **art. 30** consubstancia o viés imperativo da Lei Ferrari, violando os preceitos constitucionais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II), da livre concorrência (art. 170, IV) e o comando constitucional de repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

9.2 Art. 3º, § 1º, “b” (Direito de exclusividade)

O art. 3º da Lei Ferrari autoriza a **vedação da comercialização de veículos fabricados ou fornecidos por outro produtor**:

Art. 3º Constitui objeto de concessão:

(...)

§ 1º A concessão poderá, em cada caso:

(...)

b) vedar a comercialização de veículos automotores novos fabricados ou fornecidos por outro produtor.

Trata-se de previsão que se assemelha ao tipo de cláusula contratual denominada **cláusula de exclusividade**, cuja estipulação implica, necessariamente, a **restrição à liberdade de contratar** do agente que se vincula e afeta a esfera de direitos de autonomia de contratar de terceiros, que também estarão vedados de estabelecer tal relação com aquele agente³⁰.

A exclusividade ou direito de exclusividade é estipulação, por via de regra contratual, que em geral implica proibição do agente submetido a ela

30 *“Ascarelli já advertia que a contratação da exclusividade não visa a disciplinar a concorrência entre as partes, mas a impedir que uma ou todas prestem serviços ou forneçam a terceiros. O impacto concorrencial deriva da obstrução do acesso aos produtos, serviços ou canais de distribuição pelos agentes econômicos que não participam do contrato. Por isso, diz-se que o prejuízo à concorrência (atua ou potencial) será diretamente proporcional à parcela de mercado cooptada pelo fabricante (i.e., do efetivo fechamento de canais de distribuição ao concorrente)”* (FORGIONI, Paula Andrea. *Contrato de distribuição*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 257).



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

de contratar com terceiros, configurando-se uma restrição à concorrência entre marcas, na medida em que limita o agente exclusivamente (i) a oferecer os bens e/ou serviços do contratante ou (ii) a comprometer-se a não oferecer seus serviços a terceiros. Essa cláusula é frequentemente incluída em contratos firmados por agentes que atuam nos mercados de distribuição e importação/exportação, por exemplo, quando estipuladas livremente pelas partes do contrato.

Além das cláusulas de exclusividade em contratos, nos mercados regulados, como o mercado de distribuição de combustíveis, regulado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), é comum existir regulação que pode prever a inclusão da cláusula de exclusividade na relação entre produtor e distribuidor, com o objetivo de dar conhecimento ao consumidor da marca do produto fluido comercializado, especialmente em vista da elevada possibilidade de sua fraude/falsificação.

No caso do direito de exclusividade previsto pelos contratantes, deve ser proporcionado o pleno exercício da liberdade de contratar e de estipular os termos do contrato, desde que não consubstancie conduta anticompetitiva.

Quanto a sua previsão em mercados regulados, nesses casos o Estado possui o poder-dever de intervir na atividade econômica devido à sua relevância, cuja cláusula de exclusividade pode surgir como instrumento regulatório



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

destinado principalmente a informar, com precisão, a origem do produto ao consumidor e permitir ainda o controle da agência reguladora sobre o produto fornecido e sua procedência.

A previsão desse tipo de cláusula, fixada livremente entre privados, ou pela via regulatória de atividade fiscalizada e regulada pelo Estado, difere da hipótese do art. 3º da Lei Ferrari, por **exceder os limites da intervenção estatal na relação entre agentes privados**, prevendo a sua **imposição em mercado não regulado nem essencial ou estratégico**, o que afronta os princípios fundamentais da liberdade contratual (art. 5º, II), da liberdade de iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da livre concorrência (art. 170, IV) e o direito de escolha do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V).

A possibilidade desse tipo de previsão (e conseqüente limitação) normativa não é constitucionalmente facultada à totalidade dos mercados ou atividades econômicas, sendo a regra a liberdade dos agentes: liberdade de iniciativa, liberdade de contratação, liberdade de concorrer no mercado e direito de escolha do consumidor. Desse modo, a inclusão do direito de exclusividade em contratos, por ser disposição que limita integralmente a liberdade contratual e, por conseqüência, a livre-iniciativa, pode ser estipulada pela vontade livre das partes, nos termos da relação privada estabelecida, mas sempre passível de submissão à aferição da Autoridade Antitruste.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Ao determinar que o concessionário ficará proibido de comercializar com outras montadoras, a **Lei Ferrari impõe ao agente econômico a restrição à liberdade de contratar** (art. 5º, II), para cumprir a exclusividade, além de **restringir por intermédio de lei a liberdade de iniciativa** (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), uma vez que o agente estará limitado a desenvolver a atividade de modo restrito ao modelo de comercialização exclusiva estabelecido em lei.

Além disso, existe preocupação com o **aumento dos custos dos concorrentes** considerando que um mercado no qual os concessionários estejam vinculados à montadora com cláusulas de restrições verticais pode significar o aumento de barreiras à entrada de novos agentes, principalmente porque deverão arcar com custos elevados para instalar rede alternativa de escoamento de produção, considerando a exclusividade da rede de concessionárias do concorrente. No modelo da Lei Ferrari, as concessionárias que já atuam no setor são exclusivas das montadoras já estabelecidas e não podem comercializar veículos novos de outras marcas.

Conforme apontado na **Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE** (fls. 8), o direito de exclusividade garantido pelo **art. 3º** provoca **efeitos de intervenção estatal em decisões comerciais que deveriam ser de natureza privada**, além de **restringir o direito de escolha dos consumidores**:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

4.2. Restrições à livre concorrência e às escolhas do consumidor

*Ainda na linha dos efeitos da intervenção estatal em decisões que deveriam ser privadas, observa-se que alguns itens da Lei Ferrari **dificultam o estabelecimento de um ambiente competitivo no mercado automobilístico brasileiro, efeitos que se refletem em limitação a escolhas dos consumidores.***

*Por exemplo, o artigo 3º, § 1º, b estabelece que a **concessionária pode ser obrigada a comercializar somente veículos de uma mesma marca:***

Art. 3º Constitui objeto de concessão:

(...)

§ 1º A concessão poderá, em cada caso:

(...)

b) vedar a comercialização de veículos automotores novos fabricados ou fornecidos por outro produtor.

A previsão de exclusividade é ainda disposição contratual que pode se afigurar como cláusula contrária ao princípio da livre concorrência (art. 170, IV), tanto que nos últimos anos o CADE analisou, em diversos casos³¹, se cláusulas de exclusividade, firmadas entre empresas com posição dominante, não configurariam situação de abuso de poder econômico.

Nesse sentido, no Processo Administrativo 08012.005009/2010-60, por exemplo, concluiu-se pela condenação por infração a ordem econômica no mercado de distribuição nacional de alarmes automotivos no caso de utilização de

31 A exemplo: Processo Administrativo 08012.003805/2004-10; Processo Administrativo 08012.007423/2006-27 e Processo Administrativo 08012.005009/2010-60.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

cláusula de exclusividade. Sobre os efeitos da exclusividade, o voto do Conselheiro Relator Luiz Augusto Azevedo de Almeida Hoffmann apontou³²:

*Portanto, a exclusividade de distribuição tem como principal teoria do dano o fechamento do mercado a empresas concorrentes, que pode ser caracterizado, dentre outras formas, ao **impossibilitar que rivais atinjam uma escala mínima viável (“EMV”)** ao se **restringir o acesso à parcela significativa dos canais de distribuição** ou então **impedindo que escoem seus produtos por determinados canais**, gerando-lhes aumento de custos. Em última instância, a **exclusividade pode elevar o nível de concentração do mercado**, gerando **aumento de preços e/ou redução da qualidade ou da oferta de produtos** aos consumidores. Isto posto, contratos de exclusividade de distribuição **podem vir a ser caracterizados como infrações à ordem econômica**, nos termos da Lei nº 12.529/2011.*

O voto ressalta que disposições sobre exclusividade podem ser potencialmente restritivas à concorrência quando acordadas entre os agentes de mercado. No entanto, **ao estabelecer legalmente o dever de exclusividade, a Lei Ferrari impede a avaliação detalhada dos efeitos anticoncorrenciais desse tipo de prática pela Autoridade Antitruste, subtraindo a sua competência ao verdadeiramente criar isenção antitruste à indústria automobilística.**

32 BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.005009/2010-60. Voto do Conselheiro Relator Luiz Augusto Azevedo de Almeida Hoffmann. Disponível em: https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.phpDZ2uWeaYicbuRZEFhBt-n3BfPLlu9u7akQAh8mpB9yPxrHX6Xl6jCEAJQ3y9ZtL-69ZF6YO3wVUvVhI7JV_r08pbxrpzfhPjpUDs8bT-BWxgSNkSIC1A_523JQUtaeB. Acesso em: 10 jun. 2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Isso porque a análise de eventual abusividade pela Autoridade Antitruste **esbarra** na justificativa legal e permissiva da Lei Ferrari, os contratos firmados entre montadoras e concessionárias da indústria automobilística acabam por ser excepcionados do *enforcement* antitruste, violando o próprio comando constitucional da repressão ao abuso de poder econômico (art. 173, § 4º).

Cuida-se, portanto, de norma que além de violar flagrantemente a liberdade de contratar e a livre-iniciativa, **subtrai competências essenciais do CADE e do SBDC**, em violação direta a disposições que conferem “densidade normativa” à defesa da concorrência e que, ao final, compõem a própria estrutura do aparato jurídico de combate ao abuso de poder econômico.

Desse modo, ao estipular no **art. 3º, § 1º, “b”**, o **direito de exclusividade**, a Lei Ferrari viola os preceitos constitucionais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II), da livre concorrência (art. 170, IV), ao comando constitucional de repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º), e o direito de escolha do consumidor (art. 5º, XXXII e art. 170, V).

9.3 Art. 5º, I e II e §§ 2º e 3º (Restrição territorial e “cláusula de raio”)

O art. 5º, I e II e §§ 2º e 3º, estabelecem a **restrição territorial** de comercialização e “**cláusula de raio**”, que definem uma “distância mínima” entre os estabelecimentos dos concessionários:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Art. 5º São inerentes à concessão: (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)
I – **área operacional** de responsabilidade do concessionário **para o exercício de suas atividades**; (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)
II – **distâncias mínimas** entre estabelecimentos de concessionários da mesma rede, fixadas segundo critérios de potencial de mercado. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)
§ 1º A área poderá conter mais de um concessionário da mesma rede. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)
§ 2º O concessionário obriga-se à comercialização de veículos automotores, implementos, componentes e máquinas agrícolas, de via terrestre, e à prestação de serviços inerentes aos mesmos, nas condições estabelecidas no contrato de concessão comercial, **sendo-lhe defesa a prática dessas atividades**, diretamente ou por intermédio de prepostos, **fora de sua área demarcada**. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)
§ 3º O consumidor, à sua livre escolha, poderá **proceder à aquisição dos bens e serviços a que se refere esta lei em qualquer concessionário**.
§ 4º Em convenção de marca serão fixados os critérios e as condições para ressarcimento da concessionária ou serviço autorizado que prestar os serviços de manutenção obrigatórios pela garantia do fabricante, vedada qualquer disposição de limite à faculdade prevista no parágrafo anterior. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

A restrição territorial de comercialização, também denominada “exclusividade territorial” e “cláusula de raio”, é tipo de estipulação que implica **proibição ou limitação da comercialização** por uma das partes do contrato (neste caso, os concessionários) em uma área geográfica específica.

Essa cláusula pode ser encontrada em determinados tipos de contratos, como nos contratos de locação comercial, nos quais preponderam a liberalidade e autonomia das partes. No entanto, tal cláusula pode, casuisticamente,



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

demandar a análise da Autoridade Antitruste quando evidenciadas restrições verticais, exercício abusivo de posição dominante e ausência de razoabilidade jurídico-econômica.

A **jurisprudência do CADE** sobre cláusulas restritivas verticais é no sentido de que a **“cláusula de raio” pode ser anticompetitiva quando ausente uma racionalidade nos parâmetros de tempo, espaço e objeto**. O entendimento do Conselho é de que a cláusula deve ser analisada sob a **“regra da razão”**, observando as particularidades de cada caso e o princípio da razoabilidade das dimensões da cláusula.

Em outras palavras, **embora o CADE não negue eventual faceta pró-competitiva da “cláusula de raio” quando respeitados limites de razoabilidade nas dimensões temporal, geográfica e de objeto, também não afasta a caracterização do ilícito nas hipóteses em que a inserção desse tipo de obrigação contratual instrumentalize o exercício abusivo de posição dominante e produza efeitos líquidos negativos para o mercado**. Por tais razões, é fundamental que a autoridade possa se debruçar sobre cada caso concreto e analisar as particularidades de cada mercado, o que **resta afastado pela Lei Ferrari relativamente à indústria automobilística**.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Sobre esse ponto, destaque-se o caso que envolveu a “Indústria de *Shoppings Centers*”, no qual o CADE analisou a imposição de “cláusula de raio” a lojistas nos contratos de locação de espaço comercial de *Shopping Center*, em cujo julgamento, entendeu que a cláusula, quando for ilimitada em sua dimensão temporal, será considerada ilegal. A restrição somente se justifica por determinado período, para fazer frente ao investimento realizado pelo locador, mas não poderia ser uma cláusula de prazo ilimitado, como bem apontado no voto do Conselheiro Relator Márcio de Oliveira Júnior³³:

No caso em tela, há um potencial fechamento de mercado por meio de uma cláusula de raio com extensão territorial injustificada e com vigência por tempo indeterminado; além disso, não há efetiva negociação entre lojistas e shopping centers, pois se trata de contrato de adesão. Esses elementos, por si sós, já seriam suficientes para declarar a ilicitude da cláusula de raio, mas vou além para trazer outro fator que agrava a falta de razoabilidade das restrições de exclusividade em exame: a ausência de disposição dos shoppings a negociar dimensões razoáveis para a cláusula. Não houve indício de que ocorreram negociações entre shoppings e lojistas sobre as extensões das cláusulas.

33 BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.012740/2007-46. Voto do Conselheiro Relator Márcio de Oliveira Júnior. Disponível em: https://sei.cade.gov.br/sei/controlador.php?acao=procedimento_trabalhar&acao_origem=protocolo_pesquisa_rapida&id_protocolo=539&infra_sistema=100000100&infra_unidade_atual=110000995&infra_hash=ff1ae505e27bfaa42f216ca3bb6cf9592882b491d5124c8e2d2244783355610a. Acesso em: 5 set. 2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

A “cláusula de raio” apresenta potencial considerável de impactar a livre concorrência no mercado (art. 170, IV), assim como ocorre no art. 3º, e mesmo que se admita que a cláusula possa gerar eficiências, essa análise somente poderia ser realizada pela Autoridade Antitruste, no âmbito do SBDC, pelo CADE nos moldes da Lei 12.529/2011. Contudo, **ao impor a implementação da restrição territorial por intermédio da Lei Ferrari, o próprio Estado impede a análise de abuso de poder econômico e restrição concorrencial pela Autoridade Antitruste, criando uma imunidade ou isenção antitruste à indústria automobilística, violando o conjunto de liberdades constitucionais e o art. 173, § 4º, da Constituição Federal.**

A partir da previsão legal, o agente econômico é **impedido de exercer a liberdade de escolha geográfica**, a qual compõe a própria liberdade de iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*) e afeta diretamente a liberdade de contratar (art. 5º, II). A determinação da localidade, do perímetro e das possibilidades de expansão geográfica do negócio compõem no âmbito decisório aspecto essencial da tomada de decisão comercial dos agentes num livre mercado. No entanto, com a “cláusula de raio”, o concessionário é **obrigado, por intermédio de lei, a restringir suas atividades de comercialização à área demarcada.**

A cláusula também pode apresentar efeitos negativos na concorrência, uma vez que, em potencial, é capaz de reduzir a competição entre os concessionários



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

de uma mesma marca e, conseqüentemente, deixa de exercer pressão sobre os preços do produto. A concorrência não apenas promove preços mais competitivos, como também resulta em uma melhoria na qualidade dos serviços.

Portanto, ao estabelecer distâncias mínimas e proibir a realização da atividade econômica fora das áreas previamente delimitadas, cria-se restrição competitiva à atividade comercial dos concessionários, a qual pode apresentar efeitos anticompetitivos no mercado.

Além da restrição territorial de comercialização e “cláusula de raio” do art. 5º, I e II e § 2º, no § 3º embora utilize a expressão “livre escolha”, ao mencionar que o consumidor pode adquirir bens ou serviços em qualquer concessionária, apesar de aparentemente conferir liberdade de escolha ao consumidor, na verdade **(i) exige a aquisição pelo consumidor em concessionárias**, impedindo a compra direta do fabricante ou a aquisição em revendedores independentes, e **(ii) restringe a possibilidade de escolha do consumidor devido à “cláusula de raio”**, como bem apontado na Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE (fls. 8):

4.2. Restrições à livre concorrência e às escolhas do consumidor
(...)

Já o artigo 5º concede à concessionária exclusividade territorial na área operacional definida para sua atuação:

(...)

Embora tais medidas tenham sido adotadas com o objetivo de gerar eficiências, como o incentivo ao desenvolvimento da marca e o aumento



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

da qualidade dos serviços de pós-venda, a restrição ao ambiente competitivo pode levar a que o resultado final (no caso, os preços ao consumidor) não seja o melhor para a economia. Há também no artigo 5º, § 3º uma restrição à escolha do consumidor, uma vez que se estabelece que o mesmo é livre para escolher onde comprar desde que o vendedor seja uma concessionária. O consumidor deveria ter a opção de adquirir qualquer bem autônomo em qualquer estabelecimento que se dispusesse a vendê-lo, assim como acontece em outros mercados.

É evidente que, apesar de garantir formalmente ao consumidor o direito a escolher livremente, a imposição da “cláusula de raio” e a condição de aquisição exclusiva por meio de concessionárias, afeta diretamente o conjunto de direitos do consumidor. Essa prática estabelecida pela Lei Ferrari frequentemente leva o consumidor a ser obrigado a se deslocar para outros municípios ou estados em busca de melhores condições para a compra de veículos novos, o que afeta a proteção ao consumidor.

Assim, ao estipular no **art. 5º, I e II e §§ 2º e 3º a restrição territorial de comercialização e “cláusula de raio”**, que devem ser obrigatoriamente seguidas pelos concessionários, e prever a possibilidade do **consumidor somente adquirir em concessionárias**, a Lei Ferrari viola os preceitos constitucionais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II), da livre concorrência (art. 170, IV), a repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º) e o direito de escolha do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

9.4 Art. 7º (Cotas de produtos)

O art. 7º da Lei Ferrari veicula restrição legal no mercado, estabelecendo sistema de cotas de comercialização e estoque de veículos automotores:

*Art. 7º Compreende-se na concessão a **quota de veículos** automotores assim estabelecida:*

I – o concedente estimará sua produção destinada ao mercado interno para o período anual subsequente, por produto diferenciado e consoante a expectativa de mercado da marca;

*II – a **quota** corresponderá a uma parte da produção estimada, compondo-se de produtos diferenciados, e independentes entre si, inclusive quanto às respectivas quantidades;*

*III – o concedente e o concessionário **ajustarão a quota** que a este caberá, consoante a respectiva capacidade empresarial e desempenho de comercialização e conforme a capacidade do mercado de sua área demarcada.*

*§ 1º O **ajuste da quota** independe dos estoques mantidos pelo concessionário, nos termos da presente Lei.*

*§ 2º A **quota** será revista anualmente, podendo reajustar-se conforme os elementos constantes dos incisos deste artigo e a rotatividade dos estoques do concessionário.*

*§ 3º Em seu atendimento, a **quota de veículos automotores comportará ajustamentos** decorrentes de eventual diferença entre a produção efetiva e a produção estimada.*

*§ 4º É **facultado incluir na quota** os veículos automotores comercializados através das modalidades auxiliares de venda a que se refere o art. 3º, § 3º.*

A estipulação de cotas de produtos pela Lei Ferrari impõe ao **concessionário** que o fornecimento de veículos pela produtora seja realizado em uma quantidade fixa, previamente definida pela respectiva Indústria.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Do mesmo modo que as práticas analisadas nos artigos anteriores, a estipulação de cotas de fornecimento pode ocorrer em alguns tipos de contratos, como os contratos de distribuição. Nesse sentido, a decisão sobre a quantidade do produto a ser comercializado deve ser uma decisão de natureza comercial ajustada pela produtora e distribuidoras.

A estipulação de cotas também pode resultar em restrição vertical na relação entre produtores e concessionários, com possíveis efeitos anticompetitivos, sendo então submetidos à aferição da Autoridade Antitruste. Porém, ao prever cotas o art. 7º acaba impedindo, por expressa disposição legal, a análise dos seus efeitos concorrenciais pelo CADE no âmbito do SBDC, em ofensa à competência constitucionalmente atribuída à Autoridade Antitruste pelo art. 173, § 4º.

Na realidade, o **art. 7º** externa clara **interferência injustificada do Estado na relação entre montadoras e concessionários**, como bem apontado na **Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE** (fls. 4):

4.1. Intervenção estatal em questões comerciais privadas

(...)

Por exemplo, o artigo 7º estabelece regras para a criação e o ajuste de quotas de comercialização e estoque de veículos automotores da seguinte forma:

(...)

*Há nesse dispositivo uma **interferência injustificada do Estado sobre as relações comerciais entre fabricantes e distribuidores.***



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Esse deveria ser um assunto particular entre os agentes, devendo os mesmos terem a liberdade para ajustar quaisquer condições contratuais se assim desejassem.

Portanto, é evidente que a previsão contida no art. 7º, assim como nos demais artigos, restringe tanto a liberdade contratual (art. 5º, II) quanto a liberdade de iniciativa dos agentes (art. 1º, IV, e art.170, *caput*), que se afiguram como preceitos constitucionais claramente violados pela Lei Ferrari.

A Lei 12.529/2011 estruturou o SBDC, e definiu o CADE como entidade judicante com jurisdição em todo o território nacional (art. 4º), visando a conferir densidade normativa ao princípio da livre concorrência e ao comando constitucional de repressão ao abuso de poder econômico.

Assim, as **cotas de comercialização** previstas no art. 7º da Lei Ferrari, violam diretamente a livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), a liberdade de contratar (art. 5º, II), a livre concorrência (art. 170, IV) e o comando da repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).

9.5 **Art. 8º (Índice de fidelidade), art. 9º (Quota de veículos) e art. 10 (Manutenção de estoque)**

O art. 8º da Lei Ferrari estabelece o denominado “**índice de fidelidade**”, que estava fixado em patamar de 75% (até um quarto do valor dos componentes



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

que adquirir em cada ano) até a reforma da Lei 8.132/1990, que a partir de então passou a ser definido em negociações para a celebração coletiva de “Convenção de Marca”, nos termos dos arts. 17, 18 e 19:

Art. 8º Integra a concessão o índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores que dela faz parte, podendo a convenção de marca estabelecer percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

Parágrafo único. Não estão sujeitas ao índice de fidelidade de compra ao concedente as aquisições que o concessionário fizer: (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

a) de acessórios para veículos automotores; (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

b) de implementos de qualquer natureza e máquinas agrícolas. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

~~*Art. 8º Integra a concessão o índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores pelo objeto, facultado ao concessionário haver de outros fornecedores até um quarto do valor dos componentes que adquirir em cada ano.*~~

A cláusula “índice de fidelidade” obriga que as concessionárias adquiram das suas respectivas montadoras certo percentual dos seus estoques de peças de reposição.

Cuida-se de regra que, ao contrário da declarada intenção de proteger os interesses do setor de revenda, aproveita, exclusivamente, à montadora. Cria-se verdadeira reserva de mercado, em reforço ao poder de mercado no



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

segmento de reposição de autopeças, que lhe permite projetar lucros sobre a prestação de serviços de manutenção automotiva a jusante, em prejuízo não só à concorrência, mas também ao próprio consumidor que, nesta situação, poderá suportar efeitos de “**dupla marginalização**”, cuja empresa com poder de mercado (concessionária) compra insumos de um fabricante (montadora) que possui um poder de mercado semelhante, podendo levar à **dupla precificação do produto acima do custo marginal**, em prejuízo do consumidor final, como pontuado pela Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE (fls. 4-5):

4.4. Dupla marginalização

Outra distorção gerada pela Lei Ferrari é a da dupla marginalização, que segundo Holmstrom e Tirole (1989) consiste em um problema “muito similar ao de dois produtores monopolistas de bens complementares”. A dupla marginalização ocorre quando uma empresa com poder de mercado compra insumos de um fabricante que possui um poder de mercado semelhante. Isso faz com que o fabricante precifique o seu produto acima do custo marginal quando vender o insumo para a outra empresa, que por sua vez precifica novamente acima do custo marginal na venda do produto final. Como resultado, o produto terá sido comercializado acima do custo marginal duas vezes, fazendo com que o preço final ao consumidor seja significativamente maior do que o que seria o preço competitivo (Motta, 2004).

Ao criar condições restritivas em excesso nos seus dispositivos, a Lei Ferrari contribui para o aumento da possibilidade de exercício do poder de mercado por parte tanto dos fabricantes quanto das concessionárias automotivas. Isso, por sua vez, faz com que a ocorrência da dupla marginalização nesse mercado, sob certas circunstân-



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

cias, se torne possível, o que pode prejudicar o seu funcionamento e piorar o bem-estar do consumidor final.

Trata-se de norma cujo resultado não só parametriza disposições contratuais, mas que, de modo contrário a autonomia da vontade, afasta a liberdade de contratar, a livre-iniciativa e a negociação contratual que, ao cabo, presta-se, tão somente, à **criação de reserva de mercado em favor da indústria automobilística.**

Os arts. 9º e 10 estão diretamente relacionados às imposições estabelecidas pelo art. 7º (cotas de comercialização), por prosseguirem a **exigência de quotas** e a **obrigatoriedade de manutenção de estoque** por parte do concessionário:

Art. 9º Os pedidos do concessionário e os fornecimentos do concedente deverão corresponder à quota de veículos automotores e enquadrar-se no índice de fidelidade de componentes.

§ 1º Os fornecimentos do concedente se circunscreverão a pedidos formulados por escrito e respeitarão os limites mencionados no art. 10, §§ 1º e 2º.

§ 2º O concedente deverá atender ao pedido no prazo fixado e, se não o fizer, poderá o concessionário cancelá-lo.

§ 3º Se o concedente não atender os pedidos de componentes, o concessionário ficará desobrigado do índice de fidelidade a que se refere o art. 8º, na proporção do desatendimento verificado.

Art. 10. O concedente poderá exigir do concessionário a manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos, objeto da concessão, e adequado à natureza dos clientes do estabelecimento, respeitados os limites prescritos nos §§ 1º e 2º seguintes.

§ 1º É facultado ao concessionário limitar seu estoque:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

- a) de veículos *automotores* em geral a *sessenta e cinco por cento* e de *caminhões* em particular a *trinta por cento* da atribuição mensal das respectivas **quotas anuais** por produto diferenciado, ressalvado o disposto na alínea b seguinte;
- b) de *tratores*, a *quatro por cento* da **quota anual** de cada produto diferenciado;
- c) de implementos, a cinco por cento do valor das respectivas vendas que houver efetuado nos últimos doze meses;
- d) de componentes, o valor que não ultrapasse o preço pelo qual adquiriu aqueles que vendeu a varejo nos últimos três meses.

§ 2º Para efeito dos limites previstos no parágrafo anterior, em suas alíneas a e b, **a cada seis meses será comparada a quota com a realidade do mercado do concessionário**, segundo a comercialização por este efetuada, reduzindo-se os referidos limites na proporção de eventual diferença a menor das vendas em relação às atribuições mensais, consoante os critérios estipulados entre produtor e sua rede de distribuição.

§ 3º O concedente reparará o concessionário do valor do estoque de componentes que alterar ou deixar de fornecer, mediante sua recompra por preço atualizado à rede de distribuição ou substituição pelo sucedâneo ou por outros indicados pelo concessionário, devendo a reparação dar-se em um ano da ocorrência do fato.

Embora seja facultativo aos concedentes exigir do concessionário a manutenção de um estoque proporcional às vendas rotativas, conforme estabelecido no art. 10, o dispositivo apresenta limitações específicas comuns em relações contratuais e que não deveriam, de qualquer modo, estar previstos na via legal.

Nas alíneas do § 1º, a Lei Ferrari estabelece parâmetros quantitativos para o estoque, enquanto o § 2º determina um prazo fixo de 6 (seis) meses para o



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

ajuste dos limites de estoque do concessionário. Essas imposições legais fazem com que aspectos intrinsecamente privados, relativos as estratégias comerciais, sejam determinados por intermédio de lei.

Ao prever que a montadora possa impor ao concessionário quantidade obrigatória de estoque, a Lei Ferrari altera os termos da relação de autonomia e liberdade contratual que deve existir entre os agentes econômicos privados. Com essa previsão, a relação de igualdade e reciprocidade geralmente estabelecida entre as partes de um contrato se transforma numa relação na qual são permitidas imposições unilaterais legitimadas pela legislação, em vez de serem livremente acordadas entre os contratantes.

Embora a disposição possa ser válida quando acordada entre as partes contratantes, deve ser passível de análise dos efeitos negativos quando possa resultar em restrição à concorrência, como é o caso da obrigatoriedade de manutenção de estoque, que fica impossibilitada ao ser prevista legalmente, o que configura violação à competência do SBDC, conforme estabelecido no art. 173, § 4º, da Constituição Federal.

Na realidade, o **art. 7º** externa clara **interferência injustificada do Estado na relação entre montadoras e concessionários**, como bem apontado na **Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE** (fls. 4-5):



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

4.1. Intervenção estatal em questões comerciais privadas

(...)

Logo após, no artigo 8º, há novamente o estabelecimento de condições que têm o potencial de levar a resultados ineficientes, tais como o uso de um índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores e de percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários:

(...)

Exigências semelhantes constam no artigo 10:

(...)

*No caput, é facultado ao concedente exigir do concessionário a **manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos**. Já o § 1º especifica limites para os estoques dos concessionários, e no § 2º é estabelecido um período de 6 meses para ajustes desses limites. O estoque de materiais também deveria ser uma questão privada, devendo cada empresa defini-los de acordo com suas estratégias e necessidades. A **definição de estoques mínimos ou máximos pelo Estado, ou mesmo a autorização para que uma das partes defina unilateralmente, é totalmente desaconselhável**, assim como a imposição de períodos mínimos para ajustes nos seus níveis, dado que isso representa a imposição de uma rigidez desnecessária ao mercado, que limita a capacidade das empresas de responderem rapidamente a mudanças no ambiente de negócios.*

Desse modo, a previsão de **cláusula “índice de fidelidade”** e a **obrigatoriedade de manutenção de estoque** prevista nos arts. 8º, 9º e 10 da Lei Ferrari, viola os preceitos constitucionais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e 170, *caput*), à liberdade de contratar (art. 5º, II), da defesa da concorrência (art. 170, IV) e da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V), da repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

9.6 Art. 12 (Proibição de venda para revendas) e art. 15 (Proibição de venda para consumidor final)

O art. 12 da Lei Ferrari veicula disposição que **proíbe a comercialização para fins de revenda** e o art. 15 também **veda a venda de veículos pelas fabricantes para os consumidores finais**:

Art. 12. O concessionário só poderá realizar a venda de veículos automotores novos diretamente a consumidor, vedada a comercialização para fins de revenda.

Parágrafo único. Ficam excluídas da disposição deste artigo:

- a) operações entre concessionários da mesma rede de distribuição que, em relação à respectiva quota, não ultrapassem quinze por cento quanto a caminhões e dez por cento quanto aos demais veículos automotores;*
 - b) vendas que o concessionário destinar ao mercado externo.*
- (...)*

Art. 15. O concedente poderá efetuar vendas diretas de veículos automotores.

I – independentemente da atuação ou pedido de concessionário:

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

*II – através da **rede de distribuição**:*

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



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

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

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

Ao fixar vedação aos concessionários de praticarem comercialização para revenda de veículos novos, permitida apenas a venda direta ao consumidor final, e a proibição de venda pelas fabricantes para os consumidores finais, acaba sendo fixada **limitação legal clara que encerra a possibilidade de escolha e determinação dos termos contratuais pelos privados**, além de **inibir a criação de novos modelos de negócios** que poderiam ser explorados pelos concessionários, ao restringir as possibilidades de comercialização apenas pra venda direta ao consumidor, eliminando pela via legal a concorrência intramarca, como apontado na **Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE** (fls. 4-5 e 8-9):

4.1. Intervenção estatal em questões comerciais privadas

(...)

Também no artigo 12, que afirma que o concessionário “(...) só poderá realizar a venda de veículos automotores novos diretamente ao consumidor, vedada a comercialização para fins de revenda”, há uma limitação clara a uma escolha que deveria ser dos agentes privados. Este dispositivo pode limitar a criação de novos modelos de negócios que poderiam ser explorados pelos concessionários.

(...)

4.2. Restrições à livre concorrência e às escolhas do consumidor



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

(...)

Já os artigos 12 e 15 limitam a concorrência intramarca, uma vez que proíbem a venda de veículos pelas concessionárias para outras revendas (artigo 12) e pelas fabricantes para os consumidores finais (artigo 15). Novamente, essas restrições têm o potencial de afastar os preços daqueles que seriam obtidos em um mercado em competição perfeita.

(...)

Um efeito possível de todas essas restrições é uma piora na situação final do consumidor. Segundo Fredenberg (2008), é esperado que o consumidor receba produtos e serviços de qualidade mais baixa em consequência das dinâmicas de restrições verticais impostas no mercado. Contudo, são situações que devem ser avaliadas individualmente, considerando características específicas dos mercados afetados, assim, não se está julgando a priori que tais dispositivos são prejudiciais, porém o respaldo aos mesmos pelo texto legal pode induzir a condutas abusivas, sem que haja o escrutínio de autoridades de defesa da concorrência, ou que se faça essa análise com limitações.

A previsão do **art. 12** implementa **restrição vertical** interna à marca na relação produtor e concessionário, **vedando a celebração de contratos de revenda horizontais** (entre concessionários), sendo desnecessária maior incursão teórica para apontar a razão desse dispositivo violar a liberdade de contratar e a livre-iniciativa.

O art. 15, por sua vez, **afasta a possibilidade de os consumidores finais individualmente adquirirem diretamente das fabricantes**, apenas possibilitando vendas corporativas, nas quais a montadora negocia – diretamente –



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

com grandes clientes, como frotistas e/ou locadoras, ou as operações são realizadas nas concessionárias, como nas vendas feitas para taxistas, produtores rurais e pessoas com deficiência (Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE – fls. 3)³⁴, cuja restrição é feita pela via legal, sem que isso possa ser uma decisão do agente econômico, e muito menos uma possibilidade a ser buscada pelo consumidor.

Como expressa o DEE-CADE, esse tipo de disposição é matéria que deveria compor as deliberações de cláusulas contratuais realizadas pelos agentes privados na definição dos termos de um contrato. A previsão legal, em verdade, encerra a possibilidade de decisão dos termos contratuais quanto à comercialização na relação, afetando de forma indevida e injustificada a liberdade de contratar desses agentes, e tudo **em prejuízo do consumidor**, que pode terminar **recebendo produtos e serviços de qualidade mais baixa e mais caros**, como **consequência das dinâmicas das restrições verticais impostas legalmente ao mercado**.

O mercado de distribuição de veículos automotivos não carece desse tipo de intervenção estatal em razão de sua própria natureza, cuja limitação de iniciativa e de contratação fica maculada, estabelecendo verdadeira **restrição comercial aos concessionários**. Ao limitar a possibilidade de negócio por parte das concessionárias exclusivamente à venda de veículos novos ao consumidor

34 Cf. FENABRAVE. *Informativo Emplacamentos* – Resumo, Ed. 236, ago. 2022, p. 20.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

final, a Lei Ferrari limita nevrálgicamente a liberdade de iniciativa dos concessionários, principalmente a concorrência intramarca, inviabilizando que outros negócios e iniciativas sejam estabelecidos pelos concessionários. Com isso, resta legalmente restringida a fiscalização da restrição pelo CADE no âmbito do SBDC e, por conseguinte, imunizada a conduta à imputação de abuso do poder econômico praticada pela indústria automobilística.

As **vedações** previstas nos **arts. 12 e 15** violam os preceitos constitucionais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e 170, *caput*), da liberdade de contratação (art. 5º, II), da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V), da liberdade de concorrência (art. 170, IV) e o comando constitucional de repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).

9.7 Art. 13 (Uniformidade de preços)

O art. 13, § 2º, outorga ao concedente a prerrogativa de fixar o preço de venda aos concessionários para preservar sua “uniformidade e condições de pagamento” para toda a rede de distribuição:

Art. 13. É livre o preço de venda do concessionário ao consumidor, relativamente aos bens e serviços objeto da concessão dela decorrentes. (Redação dada pela Lei nº 8.132, de 1990)

1º Os valores do frete, seguro e outros encargos variáveis de remessa da mercadoria ao concessionário e deste ao respectivo adquirente deverão ser



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

discriminados, individualmente, nos documentos fiscais pertinentes. (Incluído pela Lei nº 8.132, de 1990)

2º Cabe ao concedente fixar o preço de venda aos concessionários, preservando sua uniformidade e condições de pagamento para toda a rede de distribuição. (Incluído pela Lei nº 8.132, de 1990)

Esse dispositivo enseja preocupações relevantes para a Ordem Econômica, pois incentiva a adoção de condutas concorrencialmente uniformes e a formação de acordos colusivos propriamente ditos que, como resultado, **pressionarão os patamares de preço para cima, transferindo recursos do consumidor para o setor automotivo**, como apontado na **Nota Técnica nº 28/2022/DEE/CADE** (fls. 9):

4.3. Risco de adoção de condutas anticompetitivas

O risco de que os agentes encontrem estímulos à adoção de condutas anticompetitivas no mercado automotivo também deve ser destacado como uma das críticas ao conteúdo da Lei Ferrari. E esse é um problema bastante sério, dada a gravidade dos prejuízos que tais condutas podem causar ao funcionamento de uma economia.

*O artigo 13 impõe a **fixação e a uniformidade dos preços de venda** entre **fabricantes e concessionárias**, garantindo a uniformidade e condições de pagamento em toda cadeia distributiva:*

(...)

*Esta uniformidade de preços e condições de pagamento entre os concessionários pode gerar efeitos semelhantes a uma **política de transparência de preços**, na medida em que **os concessionários sabem quais os custos incorridos pelos seus concorrentes ao adquirirem seus produtos**. Existem trabalhos acadêmicos que mostram que políticas de transparência de preços entre os participantes de um mercado **favorecem a colusão**. Por exemplo, o Departamen-*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

*to de Justiça norte-americano e a Federal Trade Commission elaboraram no ano 2000 o “Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors”, em que ressaltam que o **compartilhamento de informações entre concorrentes pode aumentar a probabilidade de conluio no preço**, produto ou outras variáveis competitivamente sensíveis. O Departamento de Estudos Econômicos do Cade, em uma de suas notas técnicas, já discutiu os efeitos perversos da divulgação de preços. Como conclusão, afirma que “**transparência de preços tem efeitos incertos sobre os mercados. Embora possa facilitar as escolhas e decisões dos consumidores, é possível, dependendo de fatores estruturais do mercado, que resulte em elevação de preços, seja por permitir uma sinalização para as empresas que podem ajustar seus preços com base em um ponto focal, seja pela facilitação de comportamentos colusivos**”. (Grifos nossos.)*

A adoção de uma **política fixa de preços** permite aos **concessionários coordenarem suas condutas**, elevando, de modo uniforme, suas margens de lucro. Traz para a equação negocial do setor uma “estabilidade” indesejada, facilitando a coordenação de condutas entre montadoras e concessionárias, e entre concessionárias, para no exercício abusivo de poder econômico, indevidamente se **apropriarem de parcela do bem-estar total disponível na cadeia comercial do setor automotivo em detrimento dos interesses do consumidor** que, de outra maneira, suportaria custos inferiores. Cuida-se, nesta medida, de disposição normativa em evidente descompasso com o preceito constitucional da defesa do consumidor do art. 170, V.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

A criação de patamares abstratos de preço para a venda de veículos das montadoras aos concessionários, embora, à primeira vista, possa parecer que se trate de cláusula legal benéfica aos concessionários, já que lhes garante tratamento idêntico, cuida-se de previsão que, como bem destacado pelo DEE/CADE, agrava sobremaneira a probabilidade da formação de condutas colusivas, já que sinaliza ao mercado os preços de compra suportados por toda a rede de concessionárias.

Haverá, assim, fortes incentivos à adoção de preços idênticos por toda a rede de concessionárias, em prejuízo não só ao consumidor, mas a empresas eventualmente interessadas em entrar no mercado, desincentivando-se a adoção de medidas para aumento da eficácia e, por se tratar de determinação legal, dificultando toda e qualquer iniciativa comercial que pretenda, de modo competitivo, tomar mercado de concorrentes.

Trata-se de previsão que, de modo determinante, impede a negociação entre as concessionárias e as respectivas montadoras. Tal medida, além de não se coadunar com a liberdade contratual inerente à autonomia privada, também colide com a própria livre concorrência, já que, além de criar estímulo à adoção de condutas colusivas horizontais, reduz a competitividade, em que, nestas circunstâncias, se observará **incentivo permanente ao paralelismo consciente de preços**.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Mesmo que se admita que a fixação de preços pela concedente possa gerar eficiências e que, nessa medida, não pode, tal qual o cartel, ser considerada necessariamente um ilícito “per se”³⁵, mas que segundo a “regra da razão” necessita de análise detalhada de vários fatores (como a estrutura do mercado, do poder de mercado do agente econômico, dos efeitos concretos ou potenciais da restrição de mercado analisada pela autoridade administrativa, os propósitos justificadores da sua adoção, as eventuais eficiências que possa produzir, além de outras variantes), por vedação legal não pode ser fiscalizado e aferido pela Autoridade Antitruste no âmbito do SBDC, segundo a Lei 12.529/2011.

A previsão de fixação de preço de venda do art. 13 subtrai a competência essencial do CADE no SBDC e colide com os preceitos fundamentais

35 Entendimento do CADE, como pode ser extraído do Voto do, à época, Conselheiro Ricardo Villas Bôas Cueva, atual Ministro do STJ, proferido no Processo Administrativo nº 08012.009088/1999-48, na Sessão de Julgamento de 23.2.2005: “A despeito da **confusão conceitual** que normalmente se faz entre **ilícitos per se** e ilícitos determinados com auxílio da **regra da razão**, não há diferença substancial entre essas duas maneiras de caracterizar o ilícito antitruste. São, por certo, modalidades distintas de análise do fato, cuja peculiaridade consiste na profundidade que se queira exigir da prova da ilicitude. Não se opõe de maneira frontal, constituindo, antes, um contínuo, como uma escala na qual se determine o quantum probatório necessário a formar o convencimento do julgador. Assim, é certo que algumas condutas, como, por exemplo, os **hard core cartels exigem provas muito simples para a caracterização do ilícito**, outras normas de colusão podem demandar graus variados de profundidade de análise da potencialidade dos efeitos, tal como a situação descrita nos autos, que terá recebido exame mais adequado caso houvesse sido estudada a racionalidade eventual da conduta das representadas”.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170), a liberdade de contratar (art. 5º, II), a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V), a defesa da concorrência (art. 170, IV) e a repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).

9.8 Arts. 17, 18 e 19 (Convenções de uniformidade de preços)

Os arts. 17, 18 e 19 cuidam das denominadas “convenções das categorias” e das “convenções de marcas”, consistente em convenções coletivas entre montadoras, entre concessionárias e entre umas e outras, para o regramento suplementar das disposições normativas da Lei Ferrari:

*Art. 17. As relações objeto desta Lei serão também **reguladas por convenção** que, mediante solicitação do produtor ou de qualquer uma das entidades adiante indicadas, deverão ser **celebradas com força de lei**, entre:*

*I – as **categorias econômicas de produtores e distribuidores de veículos automotores**, cada uma representada pela respectiva entidade civil ou, na falta desta, por outra entidade competente, qualquer delas sempre de âmbito nacional, designadas convenções das categorias econômicas;*

II – cada produtor e a respectiva rede de distribuição, esta através da entidade civil de âmbito nacional que a represente, designadas convenções da marca.

§ 1º Qualquer dos signatários dos atos referidos neste artigo poderá proceder ao seu registro no Cartório competente do Distrito Federal e à sua publicação no Diário Oficial da União, a fim de valerem contra terceiros em todo território nacional.

§ 2º Independentemente de convenções, a entidade representativa da categoria econômica ou da rede de distribuição da respectiva marca



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

poderá diligenciar a solução de dúvidas e controvérsias, no que tange às relações entre concedente e concessionário.

(...)

Art. 18. Celebrar-se-ão convenções das categorias econômicas para:

I – explicitar princípios e normas de interesse dos produtores e distribuidores de veículos automotores;

II – declarar a entidade civil representativa de rede de distribuição;

III – resolver, por decisão arbitral, as questões que lhe forem submetidas pelo produtor e a entidade representativa da respectiva rede de distribuição;

IV – disciplinar, por juízo declaratório, assuntos pertinentes às convenções da marca, por solicitação de produtor ou entidade representativa da respectiva rede de distribuição.

Art. 19. Celebrar-se-ão convenções da marca para estabelecer normas e procedimentos relativos a:

I – atendimento de veículos automotores em garantia ou revisão (art. 3º, inciso II);

II – uso gratuito da marca do concedente (art. 3º, inciso III);

III – inclusão na concessão de produtos lançados na sua vigência e modalidades auxiliares de venda (art. 3º, § 2º, alínea a; § 3º);

IV – Comercialização de outros bens e prestação de outros serviços (art. 4º, parágrafo único);

V – fixação de área demarcada e distâncias mínimas, abertura de filiais e outros estabelecimentos (art. 5º, incisos I e II; § 4º);

VI – venda de componentes em área demarcada diversa (art. 5º, § 3º);

VII – novas concessões e condições de mercado para sua contratação ou extinção de concessão existente (art. 6º, incisos I e II);

VIII – quota de veículos automotores, reajustes anuais, ajustamentos cabíveis, abrangência quanto a modalidades auxiliares de venda (art. 7º, §§ 1º, 2º, 3º e 4º) e incidência de vendas diretas (art. 15, § 2º);

IX – pedidos e fornecimentos de mercadoria (art. 9º);

X – estoques do concessionário (art. 10 e §§ 1º e 2º);

XI – alteração de época de pagamento (art. 11);



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

- XII – cobrança de encargos sobre o preço da mercadoria (art. 13, parágrafo único);
- XIII – margem de comercialização, inclusive quanto a sua alteração em casos excepcionais (art. 14 e parágrafo único), seu percentual atribuído a concessionário de domicílio do comprador (art. 5º, § 2º);
- XIV – vendas diretas, com especificação de compradores especiais, limites das vendas pelo concedente sem mediação de concessionário, atribuição de faculdade a concessionários para venda à Administração Pública e ao Corpo Diplomático, caracterização de frotistas de veículos automotores, valor de margem de comercialização e de contraprestação de revisões, demais regras de procedimento (art. 15, § 1º);
- XV – regime de penalidades gradativas (art. 22, § 1º);
- XVI – especificação de outras reparações (art. 24, inciso IV);
- XVII – contratações para prestação de assistência técnica e comercialização de componentes (art. 28);
- XVIII – outras matérias previstas nesta Lei e as que as partes julgarem de interesse comum.

Consoante o **art. 17**, as relações entre concedentes e concessionárias também são **reguladas por Convenção**, celebradas com “**força de lei**”, cujos representados têm atribuição para discutir e editar normas complementares a fim de regulamentar a relação entre concessionárias e montadoras, a qual ocorrerá em duas esferas de competências.

No **art. 18** as **Convenções das Categorias Econômicas**, que devem ser discutidas com a participação conjunta e representativa de todos os integrantes da indústria automobilística e por entidades em que congregadas as diversas redes de distribuição autorizadas por tais montadoras, para ajuste de normas



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

de caráter geral e para o arbitramento de demandas que lhe venham a ser submetidas por produtor ou por entidade representativa de concessionárias.

E no **art. 19** as **Convenções de Marca**, às quais se atribuiu a função de esmiuçar as disposições gerais da norma no bojo da relação individual de cada montadora com as suas respectivas redes de distribuição.

Em voto proferido no CADE no âmbito do Processo Administrativo 08012.006808/2000-81, instaurado para investigar ilícito imputado à Federação Nacional de Distribuidores de Veículos Automotores (FENABRAVE), o Conselheiro-Relator Luís Fernando Rigato Vasconcellos³⁶ reservou espaço para apreciar, de modo direto e específico, a função de ambos os institutos de negociação coletiva previstos pela Lei Ferrari.

Segundo ele, as Convenções de Categorias Econômicas têm a *“função precípua de estabelecer os princípios gerais do relacionamento”* entre concedente e concessionária *“independentemente da marca envolvida”*. Por seu turno, as Convenções de Marca disciplinam o *“interesse individual de cada montadora com sua respectiva rede de concessionários”* no que toca *“à organização e à estruturação de cada marca”* em questões relacionadas *“ao desempenho competitivo de cada marca no mercado”*.

36 BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Voto do Conselheiro-Relator Fernando Rigato Vasconcellos. Proferido em 9 jul. 2008.



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

O Conselheiro destacou, ainda, que a negociação dos temas franqueados pelo art. 19, no âmbito de Convenções de Marca, somente pode ser considerada lícita por força de expressa autorização legal. Permite-se, assim, que concessionárias de uma mesma marca discutam com a montadora concedente elementos comerciais sensíveis, como a “margem de comercialização”, os “estoques do concessionário”, a “obrigatoriedade de aquisição de veículos, de peças de reposição e de demais componentes”.

Pontuou, todavia, que a Lei Ferrari não autoriza a discussão e/ou a fixação de tais elementos contratuais nas Convenções das Categorias Econômicas. Hipótese em que restaria configurado abuso de poder econômico em detrimento da Ordem Econômica.

Segundo o entendimento consolidado do próprio CADE, as disposições dos arts. 17, 18 e 19 materializam impeditivo legal à análise de condutas que, embora sejam lesivas à Ordem Econômica consolidada pela Constituição Federal, foram protegidas por uma autorização expressa da Lei Ferrari.

Conforme a Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE, este entendimento é corroborado pela Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda (SEAE/MJ) na Nota Técnica nº 21/2012, em consonância à qual, com a inserção de permissivos legais autorizando a discussão conjunta de



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

variáveis comerciais sensíveis, a lei acaba por, de modo inadvertido, estabelecer um ambiente propício para acordos, ainda que tácitos, restringindo a concorrência:

4.3. Risco de adoção de condutas anticompetitivas

(...)

Já o artigo 18 prevê a existência de “convenções de categorias econômicas”, enquanto o artigo 19 prevê as “convenções de marcas”:

(...)

Como a *Seae* citou em seu citado parecer de 2012, “estas convenções possibilitam a troca de informações entre montadoras e geram um ambiente propício para acordos, ainda que tácitos, acerca de variáveis comerciais, restringindo a concorrência”. É, portanto, inadequado que a própria lei estabeleça um local de troca de informações entre as montadoras, tendo sido cartéis muitas vezes formados em condições semelhantes.

Essa estrutura normativa demonstra que, além de fixar indevidamente em lei a própria matéria do contrato, a Lei Ferrari cria ambiente favorável ao incremento exponencial da **adoção de condutas concorrencialmente uniformes**, seja sob a perspectiva de mero **paralelismo consciente de políticas comerciais**, seja pela **celebração de acordos colusivos propriamente ditos**.

Verifica-se, nesta medida, que além de representar entrave vertical à entrada de novas empresas no mercado, a Lei Ferrari também é responsável por elevar o risco da adoção de condutas colusivas ao criar espaço para a discussão indiscriminada de questões diretamente relacionadas ao modelo de negócio desenvolvido por cada uma das empresas desse ramo da economia.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Há, na própria redação de cada um dos incisos do art. 19, referências expressas a artigos anteriores, como, no inciso V, a referência expressa ao art. 5º, I e II, § 4º, e no inciso VIII, onde determinada a submissão da “quota de veículos automotores, a **reajustes anuais**”, refere o art. 7º, §§ 1º, 2º, 3º e 4º.

Vê-se, portanto, que a discussão no âmbito das Convenções de Marca produz efeitos não só na relação vertical entre montadora e concessionária, mas também na relação horizontal entre concessionárias. Ao determinar a formação de entidade de classe congregando, de modo unitário, todas as integrantes da rede de concessionárias de dada marca para que, de modo coletivo, se padronize o próprio modelo de negócio de tais empresas – inclusive no pertinente à fixação de **distâncias mínimas** entre concessionárias (art. 19, V), à demarcação de área diversa para a venda de componentes (art. 19, VI), ao estabelecimento de condições para a concessão a novas empresas ou para extinção das concessões existentes (art. 19, VII), à estipulação de quotas de veículos, reajustes anuais de preço, modalidades de venda e incidência de vendas diretas (art. 19, VIII) –, viabiliza o ajuste indevido de critérios comerciais, que, ao cabo, refletem redução do bem-estar usufruído pelo consumidor e redução da eficiência alocativa do mercado.

A fixação multilateral de questões atinentes à divisão geográfica de vendas, ao reajuste de preços, ao volume de produção, às políticas comerciais



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

de vendas consubstanciarium, em termos formais, condutas colusivas ou o ilícito de cartel, o que não pode sequer ser fiscalizado por haverem sido excepcionadas pela Lei Ferrari.

A autorização legal permite tanto à indústria automobilística quanto às suas concessionárias a maximização arbitrária de lucros em detrimento do consumidor, e assegura não só uma área geográfica exclusiva para a comercialização de produtos, mas também o conhecimento prévio das condições comerciais de venda e dos preços e a serem praticados por seus concorrentes potenciais. Essa autorização indiscriminada para o ajuste de tais variáveis comerciais representa, assim, isenção à repressão ao abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros.

Assim, ao delinear ambiente hermético para o alinhamento indiscriminado de estratégias comerciais, entre montadoras, entre concessionárias e entre umas e outras, os arts. 17, 18 e 19 acabam por ofender, diretamente, os preceitos fundamentais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II), da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V), da defesa da concorrência (art. 170, IV) e da repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

9.9 Arts. 21 e 27 (Prazos contratuais)

Os arts. 21 e 27 estabelecem prazo mínimo para duração dos contratos de concessão e também prazo para os pagamentos após a extinção do contrato:

Art. 21. A concessão comercial entre produtor e distribuidor de veículos automotores será de prazo indeterminando e somente cessará nos termos desta Lei.

Parágrafo único. O contrato poderá ser inicialmente ajustado por prazo determinado, não inferior a cinco anos, e se tornará automaticamente de prazo indeterminado se nenhuma das partes manifestar à outra a intenção de não prorrogá-lo, antes de cento e oitenta dias do seu termo final e mediante notificação por escrito devidamente comprovada.

(...)

*Art. 27. Os valores devidos nas hipóteses dos artigos 23, 24, 25 e 26 deverão ser **pagos dentro de sessenta dias da data da extinção da concessão** e, no caso de mora, ficarão sujeitos a correção monetária e juros legais, a partir do vencimento do débito. (Grifos nossos.)*

A previsão estatal de **prazo contratual mínimo** e para o **pagamento após a sua extinção** novamente externa clara interferência injustificada do Estado na relação entre montadoras e concessionários, como bem apontado na **Nota Técnica nº 28/2022, do DEE/CADE** (fls. 5):

4.1. Intervenção estatal em questões comerciais privadas

(...)

Por fim, os artigos 21 e 27 tratam dos prazos para a duração dos contratos de concessão e para pagamentos após a extinção do contrato. De acordo com o artigo 421, parágrafo único, do Código Civil



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

(2002), “[N]as relações contratuais privadas, prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual”. *Novamente, o Estado não deveria interferir nessas relações, sob pena de assumir um papel que cabe ao ente privado exercer de forma livre e autônoma.*

Essa restrição à negociação, afastando a possibilidade de análises econômicas e de mercado, de grau de investimento e sua relação temporal pelos próprios agentes econômicos, estabelecendo previsão legal do **prazo contratual mínimo** e prazo para o **pagamento após a sua extinção**, novamente externa clara interferência injustificada do Estado na relação entre montadoras e concessionários, em ofensa aos preceitos fundamentais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II) e da defesa da concorrência (art. 170, IV).

10. ANÁLISE DA NÃO RECEPÇÃO INTEGRAL DA LEI FERRARI

Como acima sustentado, é questionada a constitucionalidade do art. 3º, § 1º, “b”, art. 5º, I e II e §§ 2º e 3º, art. 7º, art. 8º, art. 9º, art. 10, art. 12, art. 13, art. 15, art. 17, art. 18, art. 19, art. 21, art. 27 e art. 30 da Lei 6.729/1979, que não se coadunam os preceitos fundamentais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II), da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170), da defesa da concorrência (art. 170, IV) e da repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º).



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA**

O reconhecimento da não recepção/inconstitucionalidade dos principais artigos da Lei Ferrari pode representar o seu esvaziamento, acrescido de a possibilidade de análise de sua inconstitucionalidade integral, por arrastamento³⁷ – ou supletiva – poder decorrer do fato de a atual ordem constitucional não haver submetido o setor automotivo à regulação estatal especial, por isso inconstitucional a regulação interventiva estatal no setor automotivo.

Aliás, a Constituição Federal de 1988 não criou imunidades ou isenções antitrustes expressas para qualquer setor relativamente à aplicação do Direito Antitruste, porém a Lei Ferrari eximiu o setor automotivo, na relação entre montadoras e concessionárias, da aplicação da Lei 12.529/2011 e da atuação das Autoridades Antitruste na repressão das condutas abusivas, no caso a atuação do CADE no âmbito do SBDC, impedindo a concretude ao mandamento constitucional da repressão ao abuso do poder econômico.

11. DOS PEDIDOS E REQUERIMENTOS

Em face do exposto, requer a PROCURADORA-GERAL DA REPÚBLICA que se colham informações do Presidente da República e do Congresso Nacional; e que se ouça a Advocacia-Geral da União, nos termos do art. 103, § 3º, da

³⁷ O julgamento da inconstitucionalidade integral de lei anterior à Constituição Federal de 1988 já foi procedido pelo STF ao julgar a ADPF 130, que julgou a total procedência da ADPF, declarando como não recepcionado pela Constituição de 1988 todo o conjunto de dispositivos da Lei 5.250/1967.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

Constituição Federal. Superadas essas fases, pede prazo para a manifestação da Procuradoria-Geral da República.

Ao final, postula que seja julgado procedente o pedido, para declarar a não recepção/inconstitucionalidade do art. 3º, § 1º, “b”, art. 5º, I e II e §§ 2º e 3º, art. 7º, art. 8º, art. 9º, art. 10, art. 12, art. 13, art. 15, art. 17, art. 18, art. 19, art. 21, art. 27 e art. 30, todos da Lei 6.729/1979, que não se coadunam com os preceitos fundamentais da livre-iniciativa (art. 1º, IV, e art. 170, *caput*), da liberdade de contratar (art. 5º, II), da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170), da defesa da concorrência (art. 170, IV) e da repressão ao abuso do poder econômico (art. 173, § 4º), bem como com a subsequente decretação de não recepção integral da Lei 6.729/1979.

Brasília, data da assinatura digital.

Elizeta Maria de Paiva Ramos
Procuradora-Geral da República
Assinado digitalmente

[WA]



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

SEPN 515, Conjunto D, Lote 4, Edifício Carlos Taurisano, - Bairro Asa Norte, Brasília/DF, CEP 70770-504
Telefone: (61) 3221-8409 - www.gov.br/cade

NOTA TÉCNICA Nº 28/2022/DEE/CADE

Processo nº 08700.004111/2020-61

Tipo de Processo: Finalístico: Acompanhamento de Mercado

Referência: Processo Administrativo nº 08700.000576/2021-24.

Ementa: Avaliação dos efeitos concorrenciais gerados pela Lei nº 6.729/1979, a Lei Ferrari, que regula as relações entre fabricantes de veículos automotores e seus concessionários. A Lei representa uma intervenção direta indevida do Estado na economia, gerando limitações à liberdade de empresas e consumidores. Restrições verticais previstas na lei podem ter efeitos concorrenciais e econômicos positivos e negativos, portanto devem ser avaliadas caso a caso a fim de se aferir seus resultados líquidos. A Lei Ferrari pode ser usada como justificativa legal para práticas abusivas relacionadas a restrições verticais nos mercados de distribuição de veículos, dificultando a ação da autoridade antitruste. Sugere-se a revisão da Lei Ferrari no sentido de adequar o setor ao ambiente de livre concorrência e liberdade econômica.

Versão: Pública

1. Introdução

A advocacia da concorrência é um dos principais objetivos da Lei Brasileira de Defesa da Concorrência (Lei nº 12.529/2011). Segundo OCDE (2019), como ocorre em outras economias com vasta tradição de empresas estatais e profunda regulação, é crucial que o Brasil gere e aprimore o entendimento e a aceitação ampla dos princípios concorrenciais. Nesse sentido, o Departamento de Estudos Econômicos (DEE) do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) tem desenvolvido atividades de advocacia que incluem publicações, estudos de mercado, elaboração de guias, avaliações de impacto, elaboração de seminários e estreita cooperação com agências reguladoras e outros órgãos públicos^[1].

O objetivo da presente Nota Técnica é avaliar os efeitos concorrenciais gerados pela Lei nº 6.729/79, conforme solicitado no Despacho SG nº 947/2020 (SEI 0799272). Essa Lei, que se tornou mais conhecida como Lei Ferrari, define as regras de concessão comercial do mercado automotivo brasileiro.

Esta nota técnica está estruturada em sete seções. Em seguida a esta primeira seção introdutória, a segunda seção apresenta um breve histórico do debate em torno da lei. A terceira seção apresenta alguns dados do setor automotivo brasileiro. Já a quarta seção apresenta as análises dos dispositivos da Lei Ferrari, enquanto a quinta compara o modelo brasileiro com os modelos norte-americano e europeu. A sexta seção discute a jurisprudência do Cade no setor automotivo. Finalmente, na sétima e última seção são apresentadas as considerações finais.

2. Breve histórico

Publicada em 28 de novembro de 1979, a Lei nº 6.729 (Lei Ferrari) foi criada com o objetivo de regulamentar a concessão comercial no mercado automotivo nacional. Atualmente essa lei vige com as alterações introduzidas pela Lei nº 8.132/1990.

Considerada um marco para a comercialização de automóveis no Brasil, a Lei Ferrari surgiu como forma de equilibrar a relação entre as multinacionais (que representam a indústria de fabricação ou montagem de veículos automotores) e os concessionários locais (que comercializam os produtos junto ao público final e prestam assistência técnica). Dentre outros assuntos, a referida lei estabelece condições específicas para (i) a delimitação da área geográfica para comercialização de veículos de uma marca específica, (ii) a prestação dos serviços de assistência técnica, garantia e revisão, (iii) o uso gratuito da marca do produtor, (iv) a exclusividade recíproca em relação aos produtos e à marca e (v) o prazo de vigência do contrato de concessão comercial.

As principais vantagens obtidas com a sua criação, segundo os defensores da lei, resultam da estabilidade da relação entre os fabricantes e os concessionários. Segundo Renato Ferrari, criador da lei, *“a sua inexistência resultaria em uma fonte de danos e prejuízos de diversa natureza à produção, à distribuição e ao consumo dos bens em tela, ferindo a sua unidade sistêmica, com contínuo conflito entre partes, por falta de regras disciplinares, ditadas pela parte mais proeminente, como ocorria antes da sua conquista.”*^[2] Estando os direitos e deveres devidamente demarcados e assegurados a ambas as partes, o equilíbrio financeiro da relação permite investimentos e planejamentos em prazos maiores. Do lado da concedente, isso seria feito em pesquisas e

desenvolvimento de novos produtos. E, do lado dos concessionários, a confiança na continuidade dos negócios permitiria planejamento para expansão e reforma de suas redes.

Entretanto, essa mesma estabilidade foi obtida às custas de uma estrutura rígida de regras para as relações comerciais entre as partes. Isso fez com que ao longo do tempo diversas críticas à lei fossem feitas, em sua quase totalidade apontando problemas no funcionamento desse mercado que resultavam no alto preço e na baixa qualidade dos veículos nacionais.

Os debates se intensificaram por volta da primeira metade da década de 2010, ganhando cada vez mais força as críticas à Lei Ferrari. Em outubro de 2011, o Ministério Público Federal (MPF) encaminhou à Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda (Seae) o Ofício nº 501/2011/3ª CCR, em que solicitou parecer sobre o mercado de automóveis brasileiro. Em sua resposta (Nota Técnica nº 21/2012/COGUN/SEAE/MF), a Seae teceu comentários sobre os dispositivos da Lei Ferrari com potencial de restringir a concorrência no referido mercado.

Em dezembro de 2012, houve um debate sobre o preço dos veículos automotores no país promovido pela Comissão de Assuntos Econômicos do Senado Federal. Na oportunidade, foram apresentadas as sugestões de alterações na Lei Ferrari contidas no Projeto de Lei nº 402/2012, que visava a aumentar a concorrência do mercado e a melhorar as condições de atendimento pós-venda.

Já em julho de 2013 o MPF encaminhou à Casa Civil o ofício nº 349/2013/3ª Câmara. Em suma, o MPF solicita a revogação da Lei Ferrari, e não a sua simples revisão, em função da gravidade dos problemas concorrenciais percebidos na referida lei. Segundo o ofício, a Lei Ferrari *“(...) torna obrigatória uma série de restrições verticais, afastando o processo competitivo em diversos elos da cadeia de comercialização. Ao mesmo tempo autoriza a troca de informações entre concorrentes, no âmbito da produção (montadoras) e da distribuição (concessionárias), possibilitada pelas convenções de categorias econômicas (na produção) e pelas convenções de marca (na comercialização).”*

Nesse contexto, o Departamento de Estudos Econômicos do Cade vem por meio da presente nota técnica opinar sobre os possíveis efeitos concorrenciais que podem se originar da referida lei.

3. Dados do setor automotivo brasileiro^[3]

O Brasil é atualmente o 8º maior mercado automotivo do mundo, com 1,97 milhões de carros vendidos ao longo de 2021. Este número é 1% maior do que o do ano anterior, 2020, quando foram vendidas 1,95 milhões de unidades. Em 2014 o país chegou a ocupar a quarta posição no ranking. A China ainda é de longe o maior mercado, com 26,3 milhões de unidades vendidas, seguido pelos Estados Unidos, com 15 milhões.

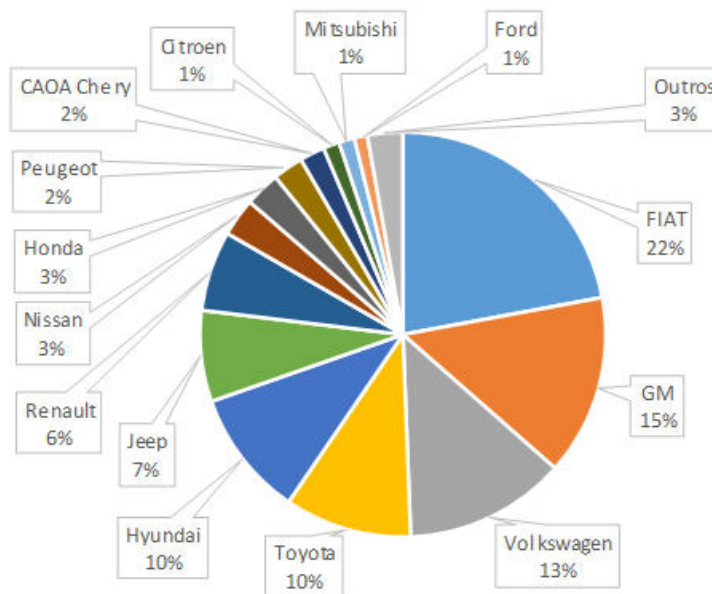
Assim como em outros grandes países, a indústria automobilística desempenha um papel muito importante na economia brasileira. Em 2019 respondeu por 2,5% do PIB anual, empregando direta e indiretamente 1,2 milhões de pessoas. Foram exportados em 2021 US\$ 15,4 bilhões e importados US\$ 24 bilhões em produtos do setor, incluindo as autopeças. A capacidade instalada de produção é de 4,5 milhões de autoveículos (automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus) e de 125 mil máquinas agrícolas e rodoviárias^[4].

Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), no Brasil atuam 27 empresas fabricantes de veículos e máquinas agrícolas e rodoviárias, além de 486 empresas de autopeças associadas ao Sindipeças. Na Figura 1 encontram-se discriminadas as participações de mercado das fabricantes do setor automobilístico no Brasil em 2022 (de janeiro a agosto)^[5]. Nota-se que 4 fabricantes possuem participação igual ou superior a 10%: a Fiat é a líder com 22%, seguida pela GM (14%), pela Volkswagen (13%) e pela Toyota (11%).

Ainda de acordo com a Anfavea, existem 4.897 concessionárias de veículos em 1.050 cidades do país^[6]. A Tabela 1 apresenta o número de concessionárias das principais marcas vendidas no Brasil. A Chevrolet é a que possui o maior número de vendas no país (600), seguida pela Volkswagen (545) e pela Fiat (537).

Figura 1 - Participações de Mercado das Fabricantes do Setor Automobilístico no Brasil (Janeiro a Agosto de 2022)

Acumulado Jan-Ago 2022			
Rank	Marca	Vendas	Market Share
1	FIAT	267.144	22%
2	GM	174.378	14%
3	Volkswagen	156.251	13%
4	Toyota	122.756	11%
5	Hyundai	122.475	10%
6	Jeep	88.115	7%
7	Renault	77.436	6%
8	Nissan	36.933	3%
9	Honda	34.000	3%
10	Peugeot	29.515	2%
11	CAOA Chery	24.083	2%
12	Citroen	15.644	1%
13	Mitsubishi	14.998	1%
14	Ford	12.691	1%
	Outros	33.976	3%
Total		1.210.395	



Fonte: Elaboração própria com dados da Fenabrave.

Tabela 1 – Número de Concessionárias das Principais Marcas de Veículos no Brasil (2022)

Marca	Quantidade
Fiat	691
Volkswagen	517
Chevrolet	362
Renault	272
Peugeot e Citroen	244
Hyundai	228
Honda	212
Toyota	188
Ford	131
Mitsubishi e Suzuki	113

Fonte: Elaboração própria com dados da Anfavea.

Outro aspecto que vem se alterando na dinâmica da distribuição de veículos automotores no Brasil é relação entre o percentual de vendas diretas e o percentual de vendas no varejo, isto é, através de concessionárias. Conforme explica a Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores)

O que diferencia uma Venda Direta de uma Venda a Varejo é a identificação do emissor dessa Nota Fiscal. Se o CNPJ do emissor for de um fabricante de veículos, esta será uma Venda Direta. Já as demais, serão consideradas Vendas a Varejo.

As Vendas Diretas podem ser originadas a partir de vendas corporativas, nas quais a montadora negocia, diretamente, com grandes clientes, como frotistas e/ou locadoras, assim como, também, em operações realizadas nas concessionárias como, por exemplo, vendas feitas para taxistas, produtores rurais, PCD (Pessoas com Deficiência), entre outros. (Fenabrave - Informativo Emplacamentos - Reusmo Agosto 2022. Ed. 236, p.20)

Na última década, há um significativo crescimento de vendas diretas em detrimento da participação das vendas através do varejo (concessionárias).

Tabela 2 - Vendas de veículos acumuladas em anos selecionados, por canal de distribuição

Veículos	2012 ¹		2015 ²		2018 ³		2021 ⁴	
	Venda direta	Varejo	Venda direta	Varejo	Venda direta	Varejo	Venda direta	Varejo
Automóveis	21,30%	78,70%	24,76%	75,24%	38,07%	61,93%	38,83%	61,17%
Comerciais leves	47,59%	52,41%	52,88%	47,12%	70,77%	29,23%	59,71%	40,29%
Automóveis + Comerciais Leves	25,06%	74,94%	28,78%	71,22%	42,95%	57,05%	43,23%	56,77%

Fonte: Fenabreve - (¹) http://www.fenabreve.org.br/portal/files/6_2012_12_2.pdf; (²) http://www.fenabreve.org.br/portal/files/2_2015_12_2.pdf; (³) http://www.fenabreve.org.br/portal/files/2018_12_2.pdf; (⁴) http://www.fenabreve.org.br/portal/files/2021_12_2.pdf

Conforme a Tabela 2, na categoria “automóveis” houve um crescimento de 17 pontos percentuais entre 2012 e 2021, o que representa uma variação superior a 80% na participação das vendas diretas em relação ao total de automóveis vendidos no Brasil. Em relação ao segmento “comerciais leves”, observa-se uma variação de 12 pontos percentuais nas vendas diretas, o que indica um crescimento no período de 25% na modalidade venda direta de veículos comerciais leves – destaque-se que, em 2018, a venda direta chegou a representar 70% das vendas dessa categoria. Considerando as categorias combinadas, chega-se a um crescimento das vendas diretas de 18 pontos percentuais ou 72% de aumento da participação dessa modalidade de venda no total das vendas no Brasil.

Mesmo que se possa atribuir essa variação a alguma causa conjuntural que afete negativamente as vendas no varejo (por exemplo, período de crise econômica que reduza o poder de compra das famílias), é necessário reconhecer que em um período de 10 anos, há uma tendência de mudança no sentido da ampliação das vendas diretas de veículos automotores no Brasil, o que significa, que agentes do mercado estão procurando e encontrando alternativas para comprar e vender veículos que não são necessariamente realizadas nos moldes tradicionais, mediante a intermediação de uma rede concessionária de distribuição, como previsto na Lei nº 6.729/1979. Não se está falando aqui em uma violação dessa norma, mas na possibilidade de que talvez a mesma já não se adeque perfeitamente às características do mercado e às necessidades dos consumidores atuais.

4. A Lei Ferrari e a política de defesa da concorrência

Analisando o conteúdo da Lei Ferrari, pode-se afirmar que existem alguns pontos que têm o potencial de restringir o estabelecimento de um ambiente competitivo no setor de distribuição de veículos automotores nacional. São dispositivos, que em geral têm alguma justificativa no sentido de gerar benefícios para o setor, porém podem envolver prejuízos ao ambiente concorrencial, de forma que seria preferível que tais regras não estivessem determinadas em uma Lei Ordinária, pois isso pode limitar as atividades dos agentes do mercado e afetar a aplicação da política de defesa da concorrência nesse mercado.

4.1. Intervenção estatal em questões comerciais privadas

Em primeiro lugar, a Lei Ferrari contém diversos dispositivos que atuam como intervenções do Estado nas relações comerciais ente os agentes do setor. Por mais que a regulação de um setor específico possa proporcionar benefícios para a economia, como afirma Posner (2007), há sempre um risco grande de que qualquer intervenção estatal seja prejudicial ao desenvolvimento desse setor (Herman, 1974). Seria o Estado capaz de definir com precisão parâmetros e regras a serem adotadas pelos agentes em suas relações comerciais, sob a pena de que erros nessas definições possam levar a graves problemas no funcionamento de um mercado?

Por exemplo, o artigo 7º estabelece regras para a criação e o ajuste de quotas de comercialização e estoque de veículos automotores da seguinte forma:

Art . 7º Compreende-se na concessão a quota de veículos automotores assim estabelecida:

I - o concedente estimará sua produção destinada ao mercado interno para o período anual subsequente, por produto diferenciado e consoante a expectativa de mercado da marca;

II - a quota corresponderá a uma parte da produção estimada, compondo-se de produtos diferenciados, e independentes entre si, inclusive quanto às respectivas quantidades;

III - o concedente e o concessionário ajustarão a quota que a este caberá, consoante a respectiva capacidade empresarial e desempenho de comercialização e conforme a capacidade do mercado de sua área demarcada.

§ 1º O ajuste da quota independe dos estoques mantidos pelo concessionário, nos termos da presente Lei.

§ 2º A quota será revista anualmente, podendo reajustar-se conforme os elementos constantes dos incisos deste artigo e a rotatividade dos estoques do concessionário.

§ 3º Em seu atendimento, a quota de veículos automotores comportará ajustamentos decorrentes de eventual diferença entre a produção efetiva e a produção estimada.

§ 4º É facultado incluir na quota os veículos automotores comercializados através das modalidades auxiliares de venda a que se refere o art. 3º, § 3º.

Há nesse dispositivo uma interferência injustificada do Estado sobre as relações comerciais entre fabricantes e distribuidores. Esse deveria ser um assunto particular entre os agentes, devendo os mesmos terem a liberdade para ajustar quaisquer condições contratuais se assim desejassem.

Logo após, no artigo 8º, há novamente o estabelecimento de condições que têm o potencial de levar a resultados ineficientes, tais como o uso de um índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores e de percentuais de

aquisição obrigatória pelos concessionários:

Art. 8º Integra a concessão o índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores que dela faz parte, podendo a convenção de marca estabelecer percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários.

Exigências semelhantes constam no artigo 10:

Art. 10. O concedente poderá exigir do concessionário a manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos, objeto da concessão, e adequado à natureza dos clientes do estabelecimento, respeitados os limites prescritos nos §§ 1º e 2º seguintes.

§ 1º É facultado ao concessionário limitar seu estoque:

- a) de veículos automotores em geral a sessenta e cinco por cento e de caminhões em particular a trinta por cento da atribuição mensal das respectivas quotas anuais por produto diferenciado, ressalvado o disposto na alínea b seguinte;
- b) de tratores, a quatro por cento da quota anual de cada produto diferenciado;
- c) de implementos, a cinco por cento do valor das respectivas vendas que houver efetuado nos últimos doze meses;
- d) de componentes, o valor que não ultrapasse o preço pelo qual adquiriu aqueles que vendeu a varejo nos últimos três meses.

§ 2º Para efeito dos limites previstos no parágrafo anterior, em suas alíneas a e b, a cada seis meses será comparada a quota com a realidade do mercado do concessionário, segundo a comercialização por este efetuada, reduzindo-se os referidos limites na proporção de eventual diferença a menor das vendas em relação às atribuições mensais, consoante os critérios estipulados entre produtor e sua rede de distribuição.

§ 3º O concedente reparará o concessionário do valor do estoque de componentes que alterar ou deixar de fornecer, mediante sua recompra por preço atualizado à rede de distribuição ou substituição pelo sucedâneo ou por outros indicados pelo concessionário, devendo a reparação dar-se em um ano da ocorrência do fato.

No *caput*, é facultado ao concedente exigir do concessionário a manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos. Já o § 1º especifica limites para os estoques dos concessionários, e no § 2º é estabelecido um período de 6 meses para ajustes desses limites. O estoque de materiais também deveria ser uma questão privada, devendo cada empresa defini-los de acordo com suas estratégias e necessidades. A definição de estoques mínimos ou máximos pelo Estado, ou mesmo a autorização para que uma das partes defina unilateralmente, é totalmente desaconselhável, assim como a imposição de períodos mínimos para ajustes nos seus níveis, dado que isso representa a imposição de uma rigidez desnecessária ao mercado, que limita a capacidade das empresas de responderem rapidamente a mudanças no ambiente de negócios.

Também no artigo 12, que afirma que o concessionário "(...) só poderá realizar a venda de veículos automotores novos diretamente ao consumidor, vedada a comercialização para fins de revenda", há uma limitação clara a uma escolha que deveria ser dos agentes privados. Este dispositivo pode limitar a criação de novos modelos de negócios que poderiam ser explorados pelos concessionários.

Por fim, os artigos 21 e 27 tratam dos prazos para a duração dos contratos de concessão e para pagamentos após a extinção do contrato. De acordo com o artigo 421, parágrafo único, do Código Civil (2002), "[N]as relações contratuais privadas, prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual". Novamente, o Estado não deveria interferir nessas relações, sob pena de assumir um papel que cabe ao ente privado exercer de forma livre e autônoma.

Art. 21. A concessão comercial entre produtor e distribuidor de veículos automotores será de prazo indeterminado e somente cessará nos termos desta Lei.

Parágrafo único. O contrato poderá ser inicialmente ajustado por prazo determinado, não inferior a cinco anos, e se tornará automaticamente de prazo indeterminado se nenhuma das partes manifestar à outra a intenção de não prorrogá-lo, antes de cento e oitenta dias do seu termo final e mediante notificação por escrito devidamente comprovada.

(...)

Art. 27. Os valores devidos nas hipóteses dos artigos 23, 24, 25 e 26 deverão ser pagos dentro de sessenta dias da data da extinção da concessão e, no caso de mora, ficarão sujeitos a correção monetária e juros legais, a partir do vencimento do débito.

Cabe destacar o contexto econômico em que a Lei Ferrari foi forjada. No final dos anos 1970, a indústria automobilística brasileira era dominada por quatro grandes fabricantes (General Motors, Ford, Volkswagen e Fiat), que detinham grande poder de mercado, enquanto atualmente dezesseis grupos multinacionais fabricam automóveis no Brasil, com um maior grau de competição entre marcas. As concessionárias eram empresas de pequeno e médio porte, muitas vezes pertencentes a grupos familiares e com atuação local ou regional; hoje a necessidade de maior escala para viabilizar investimentos principalmente em equipamentos e serviços de pós-venda leva a um aumento da concentração no setor de distribuição com o surgimento de grupos que atuam em diferentes Estados e com a distribuição de produtos de vários fabricantes.

Os próprios automóveis eram menos sofisticados. Não havia tanta eletrônica embarcada, a confiabilidade dos sistemas mecânicos era menor, os níveis de preocupação com itens de segurança e de controle de poluição ambiental eram menores e, obviamente, não se discutiam questões referentes a dados gerados por sensores instalados nos veículos como, hoje se propõe na revisão do regulamento europeu. E modelos de negócios inovadores, como a venda por comércio eletrônico e os programas de assinaturas de automóveis não poderiam ser imaginados na época em que foi aprovada a Lei Ferrari.

O ambiente econômico era completamente diferente, nos anos 1970 havia forte intervenção estatal na economia brasileira com diversos dispositivos legais e políticas públicas de proteção e/ou fomento de determinados setores da economia. A política de defesa da concorrência e o Cade, por conseguinte, não exerciam papel relevante nesse contexto.

Desde a época em que se aprovou a Lei Ferrari, a economia brasileira evoluiu para um modelo de menor intervenção direta do Estado na economia, consagrando os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência como norteadores dessa visão.

Essa evolução teve um momento marcante, em 2019, com a publicação da Lei nº 13.874, a Lei de Liberdade Econômica (LLE), que traz entre seus princípios “a liberdade como uma garantia no exercício de atividades econômicas” (art. 2º, I); e “a intervenção subsidiária e excepcional do Estado sobre o exercício de atividades econômicas” (art. 2º, III).

Em seu artigo 4º, a Lei de Liberdade Econômica veda o abuso regulatório por parte da administração pública, visando evitar práticas restritivas da livre iniciativa e da livre concorrência, tais como:

- criar reserva de mercado ao favorecer, na regulação, grupo econômico, ou profissional, em prejuízo dos demais concorrentes;
- redigir enunciados que impeçam a entrada de novos competidores nacionais ou estrangeiros no mercado;
- redigir enunciados que impeçam ou retardem a inovação e a adoção de novas tecnologias, processos ou modelos de negócios, ressalvadas as situações consideradas em regulamento como de alto risco;
- aumentar os custos de transação sem demonstração de benefícios;
- criar demanda artificial ou compulsória de produto, serviço ou atividade profissional, inclusive de uso de cartórios, registros ou cadastros;
- introduzir limites à livre formação de sociedades empresariais ou de atividades econômicas.





Tais resultados, que são considerados indesejados sob os princípios da LLE, podem ser gerados pela regulação engendrada na Lei Ferrari. Está claro que os dispositivos de LLE não se aplicam às Leis Ordinárias, mas às normas infralegais, como ressalvado no *caput* do referido artigo 4º, mas o que se está querendo evidenciar é a clara contradição entre essas duas normas, que refletem os contextos econômicos e políticos de épocas diferentes, sendo que a norma mais recente, a Lei de Liberdade Econômica, é claramente contrária à intervenção direta do Estado na economia, ressalvados casos excepcionais.

Na mesma linha, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) criou um “*toolkit*” para avaliação concorrencial de leis e normas regulatórias. Nessa publicação são identificados certos tipos de normas que podem restringir o nível de concorrência nos mercados sob diferentes aspectos (Figura 3).

Figura 3 - Checklist para avaliação concorrencial de leis e normas regulatórias

CHECKLIST DE CONCORRÊNCIA

Deve-se realizar uma avaliação aprofundada dos efeitos na concorrência sempre que uma proposta:

A

Limite o número ou a variedade de empresas

Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:

- A1** Conceda direitos exclusivos a uma única empresa de bens ou serviços
- A2** Estabeleça um regime de licenciamento ou autorização como requisito de atividade
- A3** Limite a capacidade de certas empresas de prestar um bem ou serviço
- A4** Aumente significativamente os custos de entrada ou de saída do mercado
- A5** Crie uma barreira geográfica que impeça as empresas de oferecer bens, serviços, trabalho ou capital

B

Limite a capacidade das empresas de competirem entre si

Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:

- B1** Limite a capacidade das empresas de definirem preços de bens ou serviços
- B2** Limite a liberdade das empresas na realização de publicidade e marketing de bens ou serviços
- B3** Fixe padrões de qualidade que beneficiem apenas algumas empresas ou que excedam o nível que seria escolhido por consumidores bem informados
- B4** Aumente significativamente o custo de produção de algumas empresas, particularmente dando um tratamento diferente às empresas estabelecidas no mercado (incumbentes) do tratamento dado às novas entrantes

C

Diminua o incentivo das empresas a competir

Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:

- C1** Estabeleça um regime de auto-regulação ou de co-regulação
- C2** Exija ou encoraje a publicação de informação sobre as quantidades de produção, preços, vendas ou custos de empresas
- C3** Isente a atividade de um determinado setor ou de um grupo de empresas da aplicação da lei geral de concorrência

D

Limite a escolha do consumidor e a informação disponível

Este efeito poderá ocorrer caso a proposta:

- D1** Limite a capacidade dos consumidores de escolherem a empresa à qual adquirir um bem ou serviço
- D2** Reduza a mobilidade dos consumidores entre empresas de bens ou serviços, através do aumento dos custos explícitos ou implícitos de alteração do serviço (switching costs)
- D3** Altere substancialmente a informação necessária para que os consumidores possam adquirir bens e serviços de forma eficaz

Fonte: OCDE (2017). Guia para avaliação de concorrência. Princípios. v 1. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/46969642.pdf>

Algumas dessas características são encontradas em maior ou menor grau em dispositivos da Lei Ferrari. Por exemplo:

- Conceder direitos exclusivos a uma única empresa de bens ou serviços (A1);
- Estabelecer um regime de licenciamento ou autorização como requisito de atividade (A2);
- Limitar a capacidade de certas empresas de prestar um bem ou serviço (A3);
- Criar barreira geográfica que impeça as empresas de oferecer bens, serviços, trabalho ou capital (A5);
- Isentar a atividade de um determinado setor ou de um grupo de empresas da aplicação da lei geral de concorrência (C3);
- Limitar a capacidade dos consumidores de escolherem a empresa à qual adquirir um bem ou serviço (D1);

A OCDE não estabelece uma condenação definitiva desse tipo de regra, mas defende que normas com essas características recebam atenção especial e seus efeitos líquidos sejam analisados detalhadamente de forma que se possa avaliar seus resultados para a sociedade:

Geralmente, as medidas políticas destinam-se a promover e a salvaguardar objetivos importantes de interesse público. Há, habitualmente, várias formas de atingir tais objetivos. Ao tomar opções, convém avaliar os efeitos produzidos sobre a concorrência. Na medida em que os consumidores normalmente beneficiam quando a concorrência aumenta, e não quando diminui, devem avaliar-se os efeitos produzidos sobre a concorrência ao tomar essas decisões. (OCDE, Guia para avaliação de concorrência. Princípios. p. 9)

Na mesma linha o Departamento de Estudos Econômicos do Cade (DEE/Cade) tem se manifestado em sede de advocacia da concorrência contra a inclusão em Leis e Projetos de Lei de normas que representem uma intervenção direta do Estado na economia e/ou uma restrição à liberdade dos agentes econômicos:

- **NOTA TÉCNICA Nº 26/2020/DEE/CADE**, que avaliou o Projeto de Lei nº 3.832, de 2019. A proposta revoga a restrição à propriedade cruzada entre produtoras, programadoras e distribuidoras, prevista na Lei do SeAC.

A estratégia de integrar verticalmente diferentes etapas de uma cadeia produtiva pode ser justificada pela racionalidade econômica, quando, por exemplo, a empresa visa reduzir incertezas quanto à qualidade e estabilidade de fornecimento de insumos, reduzir custos de transação ou fazer frente a outras empresas (fornecedores ou clientes) com elevado poder de mercado.

Assim como as empresas avaliam custos e vantagens de adotar essa estratégia, os efeitos econômicos e concorrenciais de possíveis integrações verticais devem ser avaliados balanceando-se os efeitos positivos e negativos, ou seja, estimando-se o seu efeito líquido, como normalmente fazem autoridades da concorrência em relação a tais operações nos diferentes mercados, regulados ou não. Da mesma forma, condutas anticompetitivas derivadas desse tipo de arranjo podem ser identificadas e coibidas por autoridades reguladoras e concorrenciais.

A limitação a priori da integração vertical na cadeia dos serviços de acesso condicionado pode limitar investimentos no setor, reduzir a inovação e restringir a oferta de bens e serviços aos consumidores.

Nesse contexto, o DEE/Cade entende que a proposta do art. 2º do PL 3.832, de 2019, pode gerar efeitos econômicos positivos no mercado, e que os efeitos concorrenciais dessa mudança da norma legal podem ser adequadamente avaliados pelas autoridades reguladoras e concorrenciais.

- **NOTA TÉCNICA Nº 9/2022/DEE/CADE**, que analisou o Projeto de Lei nº 1.354, de 2021, que estabelecia regras de remuneração do conteúdo jornalístico por plataformas digitais.

O PL propõe vedação *ex ante* da discriminação em relação a empresas de notícias e/ou conteúdos jornalísticos, por parte das plataformas digitais. Práticas discriminatórias podem constituir estratégias legítimas das empresas sem que isso cause necessariamente prejuízos à concorrência ou aos consumidores. Portanto, as mesmas devem continuar sendo avaliadas caso a caso, conforme praticado atualmente no âmbito da Política de Defesa da Concorrência.

O Projeto de Lei propõe, também, intervenções diretas nas atividades das empresas ao instituir parâmetros mínimos para a remuneração e a quantidade de conteúdo jornalístico a ser distribuído pelas plataformas digitais. Tais medidas impõem rigidez a um mercado caracterizado pelo dinamismo e pela inovação que podem resultar em distorções como alinhamento de preços e redução de inovações. Medidas que incentivem a negociação direta entre as partes são preferíveis ao modelo de intervenção proposto no Projeto de Lei.

Assim, entende-se que o PL nº 1.354/2021 não deve ser aprovado nos termos ora propostos.

- **NOTA TÉCNICA Nº 7/2022/DEE/CADE**, que avalia o Projeto de Lei nº 1.873/2021, que institui o *Programa Nacional dos Combustíveis Avançados Renováveis com vistas a incentivar o desenvolvimento de da pesquisa, produção e consumo desse tipo de combustível no Brasil*.

A regulação proposta limita a concorrência nos mercados de biocombustíveis, diminui os incentivos para investimentos em biocombustíveis mais avançados e afeta negativamente o bem-estar do consumidor ao limitar suas escolhas e o acesso a produtos de melhor qualidade.

Portanto, a melhor opção sob a ótica da promoção da concorrência, é que não se faça distinção entre tipos de biocombustíveis, para finalidade de produção de diesel B, com mandatos segmentados, a partir de critérios técnicos de produção, dado que, aos olhos do consumidor esses produtos se prestam à mesma finalidade. O próprio conceito muito restritivo do que é biodiesel conjugado com este debate de mandato gera este tipo de situação. Assim, é desaconselhável a preservação de reservas de mercado para determinados tipos de biocombustível que eliminam a possibilidade de que os mesmos venham a ser contestados por outros produtos semelhantes, que podem apresentar característica mais atrativas para os consumidores.

(...)

Dessa forma, recomenda-se a reprovação do Projeto de Lei nº 1.873/2021, dada a possibilidade de que o mesmo venha produzir efeitos negativos sobre a concorrência, investimentos e bem-estar do consumidor no mercado de biocombustíveis. Ou, caso se queira dar seguimento ao projeto de lei, o mesmo deve permitir, claramente, que o Diesel B seja uma mistura de Diesel A adicionado de qualquer biocombustível compatível e igualmente intercambiável (tais como, por exemplo, FAME, HVO e parte renovável do diesel de coprocessamento). Deve permitir, ainda, que os mandatos de biocombustíveis sejam disputados por todos potenciais concorrentes, tenham eles quaisquer nomes especificados. Tais mandatos, também, não podem ser pré-determinados, rigidamente, por lei, sendo aconselhável que o sejam por meio de determinação do Ministério setorial ou de Agência Reguladora, já que tais entidades podem avaliar a necessidade de mudança do nível do mandato, ponderando questões econômicas específicas e de custo-benefício de maneira mais flexível.

4.2. Restrições à livre concorrência e às escolhas do consumidor

Ainda na linha dos efeitos da intervenção estatal em decisões que deveriam ser privadas, observa-se que alguns itens da Lei Ferrari dificultam o estabelecimento de um ambiente competitivo no mercado automobilístico brasileiro, efeitos que se refletem em limitação a escolhas dos consumidores.

Por exemplo, o artigo 3º, §1º, b estabelece que a concessionária pode ser obrigada a comercializar somente veículos de uma mesma marca:

Art. 3º Constitui objeto de concessão:

(...)

§ 1º A concessão poderá, em cada caso:

(...)

b) vedar a comercialização de veículos automotores novos fabricados ou fornecidos por outro produtor.

Já o artigo 5º concede à concessionária exclusividade territorial na área operacional definida para sua atuação:

Art. 5º São inerentes à concessão:

I - área operacional de responsabilidade do concessionário para o exercício de suas atividades;

II - distâncias mínimas entre estabelecimentos de concessionários da mesma rede, fixadas segundo critérios de potencial de mercado.

§ 1º A área poderá conter mais de um concessionário da mesma rede.

§ 2º O concessionário obriga-se à comercialização de veículos automotores, implementos, componentes e máquinas agrícolas, de via terrestre, e à prestação de serviços inerentes aos mesmos, nas condições estabelecidas no contrato de concessão comercial, sendo-lhe defesa a prática dessas atividades, diretamente ou por intermédio de prepostos, fora de sua área demarcada.

§ 3º O consumidor, à sua livre escolha, poderá proceder à aquisição dos bens e serviços a que se refere esta lei em qualquer concessionário.

§ 4º Em convenção de marca serão fixados os critérios e as condições para ressarcimento da concessionária ou serviço autorizado que prestar os serviços de manutenção obrigatórios pela garantia do fabricante, vedada qualquer disposição de limite à faculdade prevista no parágrafo anterior.

Embora tais medidas tenham sido adotadas com o objetivo de gerar eficiências, como o incentivo ao desenvolvimento da marca e o aumento da qualidade dos serviços de pós-venda, a restrição ao ambiente competitivo pode levar a que o resultado final (no caso, os preços ao consumidor) não seja o melhor para a economia.

Há também no artigo 5º, §3º uma restrição à escolha do consumidor, uma vez que se estabelece que o mesmo é livre para escolher onde comprar desde que o vendedor seja uma concessionária. O consumidor deveria ter a opção de adquirir qualquer bem automotivo em qualquer estabelecimento que se dispusesse a vendê-lo, assim como acontece em outros mercados.

Já os artigos 12 e 15 limitam a concorrência intramarca, uma vez que proíbem a venda de veículos pelas concessionárias para outras revendas (artigo 12) e pelas fabricantes para os consumidores finais (artigo 15). Novamente, essas restrições tem o potencial de afastar os preços daqueles que seriam obtidos em um mercado em competição perfeita.

Art. 12. O concessionário só poderá realizar a venda de veículos automotores novos diretamente a consumidor, vedada a comercialização para fins de revenda.

(...)

Art. 15. O concedente poderá efetuar vendas diretas de veículos automotores.

I - independentemente da atuação ou pedido de concessionário:

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

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

II - através da rede de distribuição:

a) às pessoas indicadas no inciso I, alínea a, incumbindo o encaminhamento do pedido a concessionário que tenha esta atribuição;

b) a frotistas de veículos automotores, expressamente caracterizados, cabendo unicamente aos concessionários objetivar vendas desta natureza;

c) a outros compradores especiais, facultada a qualquer concessionário a apresentação do pedido.

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

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

Um efeito possível de todas essas restrições é uma piora na situação final do consumidor. Segundo Fredenberg (2008), é esperado que o consumidor receba produtos e serviços de qualidade mais baixa em consequência das dinâmicas de restrições verticais impostas no mercado. Contudo, são situações que devem ser avaliadas individualmente, considerando características específicas dos mercados afetados, assim, não se está julgando *a priori* que tais dispositivos são prejudiciais, porém o respaldo aos mesmos pelo texto legal pode induzir a condutas abusivas, sem que haja o escrutínio de autoridades de defesa da concorrência, ou que se faça essa análise com limitações.

4.3. Risco de adoção de condutas anticompetitivas

O risco de que os agentes encontrem estímulos à adoção de condutas anticompetitivas no mercado automotivo também deve ser destacado como uma das críticas ao conteúdo da Lei Ferrari. E esse é um problema bastante sério, dada a gravidade dos prejuízos que tais condutas podem causar ao funcionamento de uma economia.

O artigo 13 impõe a fixação e a uniformidade dos preços de venda entre fabricantes e concessionárias, garantindo a uniformidade e condições de pagamento em toda cadeia distributiva:

Art. 13. É livre o preço de venda do concessionário ao consumidor, relativamente aos bens e serviços objeto da concessão dela decorrentes

§ 1º Os valores do frete, seguro e outros encargos variáveis de remessa da mercadoria ao concessionário e deste ao respectivo adquirente deverão ser discriminados, individualmente, nos documentos fiscais pertinentes.

§ 2º Cabe ao concedente fixar o preço de venda aos concessionários, preservando sua uniformidade e condições de pagamento para toda a rede de distribuição.

Esta uniformidade de preços e condições de pagamento entre os concessionários pode gerar efeitos semelhantes a uma política de transparência de preços, na medida em que os concessionários sabem quais os custos incorridos pelos seus concorrentes ao adquirirem seus produtos. Existem trabalhos acadêmicos que mostram que políticas de transparência de preços entre os participantes de um mercado favorecem a colusão. Por exemplo, o Departamento de Justiça norte-americano e a *Federal Trade Commission* elaboraram no ano 2000 o "*Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors*", em que ressaltam que o compartilhamento de informações entre concorrentes pode aumentar a probabilidade de conluio no preço, produto ou outras variáveis competitivamente sensíveis. O Departamento de Estudos Econômicos do Cade, em uma de suas notas técnicas^[7], já discutiu os efeitos perversos da divulgação de preços. Como conclusão, afirma que "*transparência de preços tem efeitos incertos sobre os mercados. Embora possa facilitar as escolhas e decisões dos consumidores, é possível, dependendo de fatores estruturais do mercado, que resulte em elevação de preços, seja por permitir uma sinalização para as empresas que podem ajustar seus preços com base em um ponto focal, seja pela facilitação de comportamentos colusivos.*"

Já o artigo 18 prevê a existência de "convenções de categorias econômicas", enquanto o artigo 19 prevê as "convenções de marcas":

Art. 18. Celebrar-se-ão convenções das categorias econômicas para:

(...)

Art. 19. Celebrar-se-ão convenções da marca para estabelecer normas e procedimentos relativos a:

(...)

Como a Seae citou em seu citado parecer de 2012, "*estas convenções possibilitam a troca de informações entre montadoras e geram um ambiente propício para acordos, ainda que tácitos, acerca de variáveis comerciais, restringindo a concorrência*". É, portanto, inadequado que a própria lei estabeleça um local de troca de informações entre as montadoras, tendo sido cartéis muitas vezes formados em condições semelhantes.

4.4. Dupla marginalização

Outra distorção gerada pela Lei Ferrari é a da dupla marginalização, que segundo Holmstrom e Tirole (1989) consiste em um problema "muito similar ao de dois produtores monopolistas de bens complementares". A dupla marginalização ocorre quando uma empresa com poder de mercado compra insumos de um fabricante que possui um poder de mercado semelhante. Isso faz com que o fabricante precifique o seu produto acima do custo marginal quando vender o insumo para a outra empresa, que por sua vez precifica novamente acima do custo marginal na venda do produto final. Como resultado, o produto terá sido comercializado acima do custo marginal duas vezes, fazendo com que o preço final ao consumidor seja significativamente maior do que o que seria o preço competitivo (Motta, 2004).

Ao criar condições restritivas em excesso nos seus dispositivos, a Lei Ferrari contribui para o aumento da possibilidade de exercício do poder de mercado por parte tanto dos fabricantes quanto das concessionárias automotivas. Isso, por sua vez, faz com que a ocorrência da dupla marginalização nesse mercado, sob certas circunstâncias, se torne possível, o que pode prejudicar o seu funcionamento e piorar o bem-estar do consumidor final.

4.5. Restrições verticais

Motta (2004) descreve restrições verticais da seguinte forma:

Em muitos mercados, produtores não vendem seus bens diretamente, mas chegam ao consumidor final através de intermediários, atacadistas e varejistas. Além disso, o bem final é frequentemente produzido em várias etapas, da matéria-prima, passando pelo produto intermediário até chegar o produto final. Muitas vezes, as empresas em diferentes estágios do processo vertical não confiam simplesmente nas transações do mercado à vista, mas assinam contratos de vários tipos para reduzir custos de transação, garantir estabilidade de oferta e melhor coordenar ações na cadeia de produção. Esses acordos e provisões contratuais entre firmas verticalmente relacionadas são chamados restrições verticais.

Reis (2011, p. 32-33) identifica restrições verticais que constam na Lei Ferrari e são incluídos, ou pelo menos é permitido que se inclua, nos contratos de concessão e no decorrer das operações entre montadoras e concessionárias:

- **Exclusividade – art. 3º, § 1º, b:** “Constitui objeto de concessão vedar a comercialização de veículos automotores novos fabricados ou fornecidos por outro produtor.”
- **Restrição territorial – art. 5º, I:** “São inerentes a concessão de área operacional de responsabilidade do concessionário para o exercício de suas atividades.”
- **Cotas de produtos – art. 7º e incisos:** O concessionário é obrigado a ter ou só terá direito a uma determinada quantidade da produção de veículos da montadora.
- **Quantidade obrigatória de estoque - art. 10:** “O concedente poderá exigir do concessionário a manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos, objeto da concessão, e adequado à natureza dos clientes do estabelecimento [...]”
- **Índice de fidelidade: art. 8º -** “Integra a concessão o índice de fidelidade de compra de componentes dos veículos automotores que dela faz parte, podendo a convenção de marca estabelecer percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários”.
- **Venda casada –** embora não haja um dispositivo explícito na Lei, o autor aponta a possibilidade de a montadora condicionar o concessionário que, para adquirir o veículo “x”, deverá também adquirir o veículo “y”, que não tem o mesmo volume de vendas ou de acordo com a política de produção da montadora.

Rey e Vergé (2007, p. 353) destacam o intenso debate sobre os possíveis efeitos concorrenciais desses arranjos de negócios:

As motivações para restrições verticais e seu impacto no bem-estar econômico têm sido intensamente debatidos pelos acadêmicos. Alguns acreditam que acordos verticais são muito diferentes de acordos entre firmas que competem no mesmo mercado e aparecem somente quando podem melhorar a eficiência de uma estrutura vertical. Portanto, agências de defesa da concorrência deveriam deixar as firmas desenharem esses arranjos como desejarem. Outros acreditam que qualquer termo contratual que restrinja a liberdade de negócios de uma das partes – e esse seria o caso da maioria, senão a totalidade, das restrições verticais – só pode ser prejudicial, logo deveria ser banida.

Na prática, as agências antitruste adotam uma postura intermediária, em que os efeitos de tais acordos são avaliados caso a caso pela regra da razão, isto é, sopesando o prejuízo causado pela restrição à liberdade de um ou mais agentes do mercado, com as possíveis eficiências econômicas geradas.

O Cade tem posição firmada nesse sentido. No Anexo I da Resolução nº 20/1999 são abordadas as restrições verticais e a metodologia de análise apropriada para esses casos. A autoridade antitruste brasileira reconhece a possibilidade de que desses acordos decorram prejuízos à concorrência:

As restrições verticais são anticompetitivas quando implicam a criação de mecanismos de exclusão dos rivais, seja por aumentarem as barreiras à entrada para competidores potenciais, seja por elevarem os custos dos competidores efetivos, ou ainda quando aumentam a probabilidade de exercício coordenado de poder de mercado por parte de produtores/ofertantes, fornecedores ou distribuidores, pela constituição de mecanismos que permitem a superação de obstáculos à coordenação que de outra forma existiriam. (Cade. Resolução nº 20/1999).

Porém, adota a posição cautelosa quanto à análise de tais casos, em virtude da possível racionalidade econômica de tais contratos:

“... as práticas verticais pressupõem, em geral, a existência de poder de mercado sobre o mercado relevante “de origem”, bem como efeito sobre parcela substancial do mercado “alvo” das práticas, de modo a configurar risco de prejuízo à concorrência. Embora tais restrições constituam em princípio limitações à livre concorrência, podem também apresentar benefícios (“eficiências econômicas”) que devem ser ponderados vis-à-vis os efeitos potenciais anticompetitivos, de acordo com o princípio da razoabilidade. Tais benefícios estão frequentemente relacionados à economia de custos de transação para os produtores/ofertantes, seja evitando que a intensificação da concorrência intra-marcas leve à proliferação de condutas oportunistas dos revendedores, fornecedores e/ou dos concorrentes, em prejuízo da qualidade dos serviços e em detrimento da sua reputação, seja assegurando ao revendedor/fornecedor remuneração adequada para incentivá-lo a alocar recursos à oferta de bens e serviços.”

Ao longo da Resolução nº 20/1999, são apresentadas diversas formas de restrições verticais, onde se apontam os possíveis danos à concorrência e as justificativas econômicas para a sua adoção pelas empresas.

Motta (2004) conclui, após abordar detalhadamente cada tipo de restrição vertical, que eles tanto podem ser geradores de eficiências, quanto produzir efeitos anticompetitivos, logo a proibição *per se* de tais práticas (ou seja considerá-las inerentemente prejudiciais ao ambiente concorrencial) é claramente inapropriada, sendo recomendada a análise sob a regra da razão.

No caso da Lei Ferrari, essa conclusão pode ser vista de um ângulo oposto. A Lei estabelece regras que implicam restrições verticais partindo de um princípio que tais regras geram benefícios para os agentes do mercado, especialmente fabricantes de veículos automotores e seus concessionários. Entretanto, não considera a possibilidade de que tais regras produzam efeitos anticompetitivos. Isso é tão inapropriado, quanto a condenação *per se* de restrições verticais.

Embora não haja na Lei uma isenção à análise da autoridade de defesa da concorrência, empresas do setor sempre poderão justificar práticas potencialmente abusivas com a alegação de que as mesmas estão respaldadas pelo texto da Lei específica que rege as relações entre fabricantes e concessionários. Portanto, a Lei restringe ou dificulta em alguma medida a ação da autoridade antitruste na apuração e punição de possíveis condutas anticompetitivas nos mercados de distribuição de veículos automotores no Brasil.

5. Análise comparativa do modelo brasileiro com os modelos norte-americano e europeu

Uma forma de avaliar o modelo de comercialização proposto pela Lei Ferrari é compará-lo com os modelos adotados por outros países. Popadiuk e Meinert (2007) fizeram uma pesquisa comparativa do modelo brasileiro com os modelos adotados pelos Estados Unidos e pela Europa. As principais características de cada modelo se encontram sintetizadas na Tabela 2.

Tabela 2 – Comparativo entre os Modelos Brasileiro, Norte-Americano e Europeu

Fatores	Modelo Brasileiro	Modelo Norte-Americano	Modelo Europeu
Sistema e Marca	Exclusivo e Seletivo – Monomarca	Depende de leis estaduais. Multimarcas permitidas em alguns estados	Exclusivo ou Seletivo – a montadora escolhe o sistema desejado – Multimarcas.
Território	Exclusivo	Depende de leis estaduais, mas na maioria dos estados é exclusivo.	No modelo seletivo o território passou a ser a UE. No modelo exclusivo manteve-se a área delimitada.
Seletividade	Montadoras selecionam as concessionárias.	Montadoras selecionam as concessionárias.	As montadoras selecionam. Modelo exclusivo, as montadoras devem aceitar novas concessionárias como representantes.
Atividades	Vendas de veículos novos, usados e peças e assistência técnica.	Vendas de veículos novos, usados, peças e assistência técnica.	Opcional. Todas as operações, somente venda de veículos ou somente assistência técnica.
Tecnologia para Assistência Técnica	Treinamento e tecnologia somente para a rede credenciada.	Treinamento e tecnologia somente para a rede credenciada.	Montadoras são obrigadas a dar acesso de suas tecnologias e treinamento às oficinas independentes, inclusive vendendo peças originais a estas.
Cota	Varia para cada montadora, de acordo com a demanda	Quanto mais veículos são vendidos, mais veículos são recebidos.	Concessionárias fazem os pedidos. É proibido determinar cotas mínimas ou máximas.
Fidelidade de Peças	Lei 8132/94 extinguiu fidelidade. Montadoras premiam por volume de compras.	Depende de leis estaduais. Na maioria dos estados não é permitida a definição de índices de fidelidade.	Liberação incentiva a compra direta das empresas de autopeças. Para o consumidor final deve ser revelada a fonte das peças utilizadas no veículo.
Vendas a não Credenciados	Não permitida por lei, mas praticada.	Depende de leis estaduais.	No modelo exclusivo é permitida. No modelo seletivo é proibida.
Vendas Diretas a Clientes	Somente p/ frotistas/governo. Obrigatório o pagamento de comissão para a concessionária	Depende de leis estaduais.	Permitido para clientes específicos: empresas de leasing e locadoras.
Internet	Maior volume mundial de vendas pela Internet. Margem das concessionárias como comissão.	Em desenvolvimento, praticado por grandes provedores, como a Microsoft que auxilia as empresas independentes.	Não desenvolvido pelas montadoras. É principalmente praticado pelas concessionárias.
Exportação	Exclusivo para as montadoras.	Permitida	Permitida e incentivada dentro da União Europeia.
Nomeação de Novas Concessionárias	Depende da Convenção de Marcas firmada entre as montadoras e associações de marca	Dependem de leis estaduais que determinam o potencial de mercado necessário para a implantação adicional.	As concessionárias elegem-se para serem representantes de quantas marcas quiserem.
Precificação	Tabela sugerida contém margem fixa.	Tabela sugerida, mas é o mercado que define os preços.	Sem tabelas. O mercado é que define o preço praticado.
Prazos dos Contratos	Vencem em cinco anos. Se não for rescindido passa ter	Depende da montadora e do Estado. Renovado a cada	Cinco anos. As partes devem avisar a intenção de não renovar com um

	prazo indeterminado.	período.	mínimo de seis meses. Se terminar antes do prazo, o aviso deve ser com dois anos de antecedência.
--	----------------------	----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Popadiuk e Meinert (2007).

Segundo os autores, as principais diferenças entre os modelos “(...) residem no tipo de sistema adotado, seletivo ou exclusivo, no número de marcas representadas e nas atividades desenvolvidas. Fica evidente que o modelo europeu incentiva o aumento da concorrência no mercado em comparação aos demais, ao liberar as áreas de atuação e ao possibilitar a representação simultânea de mais de uma marca.”

De fato, o modelo europeu deixa os agentes mais livres para tomar algumas decisões sobre seus respectivos negócios. Ao possibilitar um sistema multimarca e uma extensão territorial equivalente a todo o continente europeu, abre-se um leque de oportunidades de negócios que podem ser exploradas pelas concessionárias. Além disso, a precificação livre também é um fator que dá mais liberdade aos agentes para definirem as suas estratégias. É esperado que esses fatores tenham grande influência no nível de competitividade do mercado e no bem-estar dos consumidores.

O modelo norte-americano depende bastante do Estado analisado. Em alguns casos, é mais próximo do brasileiro, com sistemas monomarcas e com exclusividades territoriais, por exemplo. Já em outros, se assemelha mais ao modelo europeu, com a livre definição de preços. Há também alguns Estados que são ainda mais liberais, permitindo a venda direta das montadoras aos clientes e prazos variados de contratos.

Importante salientar que a existência de regras e modelos de distribuição de veículos automotores não implica isenção antitruste, isto é, não afasta a análise de possíveis práticas anticompetitivas nesse mercado por parte das autoridades de defesa da concorrência.

A *Federal Trade Commission* (FTC), dos Estados Unidos da América, reiteradas vezes manifestou-se contrariamente a condutas engendradas pelos distribuidores de veículos cujos efeitos mostravam-se potencialmente anticompetitivos. Foi o caso da condenação do acordo orquestrado pela *Detroit Auto Dealers Association* (DADA) pelo qual se impunham limites de horas em que as distribuidoras estariam abertas ao público para realizar vendas, decisão confirmada pela Corte de Apelações, em 1992 [8].

Além disso, a FTC manifestou-se diversas vezes em sede de advocacia da concorrência contra projetos de leis que visavam ampliar a regulação atividade [9]:

- em 1988 e novamente em 2014, a FTC se manifestou contra as limitações impostas pela lei de Illinois sobre o horário de funcionamento das concessionárias de automóveis;
- em 1986, o *Bureau of Economics* da FTC publicou um relatório sobre o efeito das regulamentações estaduais nos mercados de varejo de veículos automotores que restringem o estabelecimento de novas concessionárias de veículos automotores perto de concessionárias existentes que vendem carros da mesma marca. O relatório constatou que essas leis estaduais prejudicavam consumidores porque provocaram o aumento dos preços dos veículos a motor;
- em 2001, o então comissário Thomas Leary expressou preocupação com o mesmo tipo de leis estaduais de décadas que protegem os revendedores de veículos motorizados da concorrência dos fabricantes de automóveis. Enquanto os revendedores costumavam ser pequenos negócios, observou ele, em 2001 eles eram frequentemente entidades muito maiores, e a outrora altamente concentrada indústria de fabricação de veículos automotores tornou-se muito mais competitiva. O comissário Leary questionou se esse tipo de proteção regulatória para os concessionários ainda poderia ser justificado, especialmente porque tendia a interferir no desenvolvimento de métodos novos e potencialmente mais eficientes de distribuição de veículos automotores, como o comércio eletrônico.
- em 2014, a FTC apresentou comentários relacionados a projetos de lei no Missouri e em Nova Jersey abordando restrições à distribuição direta de veículos motorizados pelos fabricantes nesses estados;
- em 2015, novamente a autoridade americana se pronunciou sobre projeto de lei de Michigan que limitava a venda de veículos pelos fabricantes diretamente aos consumidores, referendando as opiniões anteriores no sentido de que a proibição de vendas diretas pelos fabricantes perpetua o sistema fechado de vendas de veículos em Michigan. Segundo a FTC, a proibição de vendas diretas impede a experimentação de novos e diferentes métodos de vendas por fabricantes de automóveis atuais e também por futuros participantes do mercado e os consumidores de Michigan estariam pagando o preço de tal imposição legal. Acrescentou, ainda, que sob essa condição o mercado é menos responsivo às preferências do consumidor e menos inovador em antecipar suas necessidades em evolução. Ao final, a FTC concluiu:

Nosso ponto principal é o seguinte: na ausência de algum propósito público legítimo, os consumidores seriam mais bem servidos se a escolha do método de distribuição fosse deixada para os fabricantes de veículos automotores e os consumidores a quem vendem seus produtos.

Na Europa, a abordagem é diferente. Não há uma lei que implique uma restrição à ação da autoridade concorrencial no setor. Há, entretanto, regulamentos exarados pela Comissão Europeia que tratam de restrições verticais estabelecendo parâmetros de análise que indicariam que observados tais parâmetros as restrições verticais não seriam anticompetitivas – por exemplo, quando as partes envolvidas em uma relação vertical detêm participações de mercado inferiores a 30%. Tal regulamento decorre do entendimento de que, embora restrições verticais impliquem uma restrição à competição entre empresas de um determinado

mercado, elas podem gerar eficiências econômicas que superem os prejuízos de tal limitação. Essas regras estão definidas atualmente no Regulamento (UE) nº 330/2010 da Comissão Europeia. O regulamento, contudo

"...não deve isentar acordos verticais que contenham restrições susceptíveis de restringir a concorrência e de prejudicar os consumidores e que não sejam indispensáveis à obtenção dos efeitos de aumento de eficiência; em especial, os acordos verticais que contenham determinados tipos de restrições graves da concorrência, como preços de revenda mínimos e fixos, bem como certos tipos de protecção territorial, devem ser excluídos do benefício da isenção por categoria estabelecida pelo presente regulamento, independentemente da quota de mercado das empresas em causa. não isenta "restrições susceptíveis de restringir a concorrência e de prejudicar os consumidores e que não sejam indispensáveis à obtenção dos efeitos de aumento de eficiência; em especial, os acordos verticais que contenham determinados tipos de restrições graves da concorrência, como preços de revenda mínimos e fixos, bem como certos tipos de protecção territorial, devem ser excluídos do benefício da isenção por categoria estabelecida pelo presente regulamento, independentemente da quota de mercado das empresas em causa. (Regulamento (UE) nº 330/2010 da Comissão Europeia)"

O setor de distribuição de veículos automotores tem recebido na Europa tratamento diferenciado em relação a restrições verticais, onde a Comissão Europeia tem publicado regulamentos específicos sobre restrições verticais relativas à distribuição de veículos e autopeças. O Regulamento (CE) nº 1.400/2002, baseado na premissa de que o setor automotivo demandaria regras mais rigorosas para definir restrições verticais sobre as quais não se presumiriam efeitos anticompetitivos, abarcava tanto as relações de distribuição de veículos, quanto de autopeças. Atualmente vige o Regulamento (EU) nº 461/2010 (*Motor Vehicle Block Exemption Regulation – MVER*), que reconhece "em relação à distribuição de veículos a motor novos, afigura-se não existirem quaisquer deficiências significativas a nível da concorrência que distingam este de outros sectores económicos e que possam obrigar à aplicação de regras diferentes e mais rigorosas do que as consagradas no Regulamento (UE) nº 330/2010." Logo, equiparou a distribuição de veículos novos a qualquer outro mercado, no que concerne à análise de restrições verticais e seus efeitos sobre o ambiente concorrencial.

Entretanto destacou que as condições de concorrência nos mercados de distribuição de autopeças e serviços de pós-venda exigiriam critérios adicionais para se alcançar uma isenção antitruste:

(15) Por conseguinte, os acordos verticais de distribuição de peças sobressalentes e de prestação de serviços de reparação e manutenção devem beneficiar da isenção por categoria se, além das condições de isenção estabelecidas no Regulamento (UE) n.º 330/2010, cumprirem requisitos mais exigentes no que respeita a certos tipos de restrições graves da concorrência que possam limitar o abastecimento e a utilização de peças sobressalentes no mercado de serviços pós-venda do sector dos veículos a motor.

(16) Em particular, não devem beneficiar da isenção por categoria os acordos que restrinjam a venda de peças sobressalentes pelos membros do sistema de distribuição selectiva de um construtor de veículos a oficinas de reparação independentes que as utilizem para a prestação de serviços de reparação ou manutenção. Sem o acesso a tais peças sobressalentes, as oficinas de reparação independentes não poderão concorrer eficazmente com as oficinas de reparação autorizadas, uma vez que não poderão oferecer aos consumidores serviços de boa qualidade que permitam o funcionamento seguro e fiável dos veículos a motor. (Regulamento (UE) nº 461/2010 da Comissão Europeia)

Atualmente, há um processo de revisão do MVER, que acrescenta adaptações pontuais ao regulamento atual, que deve valer até 2028, quando novamente será revisado.

Observa-se na Europa um grau de intervenção estatal no mercado muito menor. Os regulamentos são normas infralegais mais flexíveis, passíveis de revisão periódica para adaptação ao ambiente concorrencial vigente. Ao contrário das propostas legislativas norte-americanas vistas acima e do modelo brasileiro onde se presume um benefício derivado das restrições verticais entre fabricantes e distribuidores e a necessidade de proteção desses agentes econômicos, o mercado europeu está exposto ao escrutínio da política de defesa da concorrência, inclusive com a distribuição de veículos equiparada a qualquer outra relação de distribuição em outros mercados que adotem restrições verticais.

6. Precedentes do Cade

O Cade já analisou o mercado automotivo em algumas oportunidades. Ao se manifestar, tanto ao decidir pela aprovação ou não de atos de concentração como ao julgar condutas anticompetitivas envolvendo empresas desse setor, o Cade sempre deixou transparecer preocupações quanto ao funcionamento do mercado. A Lei Ferrari é citada por vezes como uma regra existente que precisa ser considerada na análise, não como um instrumento facilitador para a obtenção de melhores resultados para a sociedade, tampouco como um regulamento desejável para um ambiente competitivo.

Por exemplo, no processo administrativo nº 08000.019862/1996-89, o Conselheiro Luiz Carlos Prado cita em seu voto que "(...) quaisquer efeitos anticoncorrenciais previstos em legislação anterior à lei de defesa da concorrência podem e devem ser revistos por esse Conselho" ao analisar a conduta em questão e os seus efeitos prejudiciais.

Cabe destacar que antes mesmo desse caso o Cade já havia solicitado a elaboração de um estudo sobre as restrições verticais impostas pelas montadoras às concessionárias (processo administrativo nº 0089/1992). Esse estudo foi encomendado com os seguintes objetivos:

- Apresentar um panorama geral sobre o mercado de distribuição, em especial sobre a relação montadora/concessionária e o grau de poder de mercado da primeira sobre a segunda;
- Identificar, dentre todas as práticas restritivas entre montadoras e concessionárias de todas as marcas, aquelas que eram justificadas por obrigatoriedade legal (por exemplo, a própria lei de concessão comercial e os Convênios ICMS sobre substituição tributária) e outras que não possuíam tal embasamento;

- Detectar e, se possível, mensurar os efeitos positivos e negativos sobre o bem-estar do consumidor de todas as práticas restritivas observadas;
- Elaborar proposta de revisão legal de legislações que estimulavam ou obrigavam a consecução de práticas restritivas, em caso de não demonstrar que tais práticas eram mais benéficas do que prejudiciais ao consumidor final.

Dentre as conclusões apresentadas, destacam-se as seguintes:

- A proibição de comercialização de veículos novos fabricados por outro produtor poderia ser encarada como uma contrapartida à necessidade de investimentos do fabricante junto ao seu distribuidor;
- O índice de fidelidade também poderia ser justificado dentro do mesmo conceito de contrapartida aos investimentos necessários. No entanto, ele poderia ser utilizado pelas montadoras para a prática de extensão de poder de monopólio e de dupla marginalização, em que tanto a firma de autopeças quanto a montadora estariam agindo como monopolistas;
- A restrição territorial para comercialização poderia permitir que novos entrantes investissem de forma agressiva em seus negócios, potencializando a concorrência entre marcas (*interbrand*), na medida em que permitiria uma escala mínima de vendas compatível com o investimento inicial exigido para o negócio. Adicionalmente, na presença de forte competição entre marcas, a restrição territorial poderia fazer com que montadoras induzissem as suas concessionárias a oferecerem vantagens e facilidades aos consumidores. Entretanto, na ausência de competição *intra*band, isto é, se a entrada de outra concessionária em uma área cuja demanda requerer maior oferta for relativamente difícil, restrições territoriais poderiam facilitar o aparecimento de acordos anticompetitivos entre montadoras e concessionárias;
- A manutenção obrigatória de um determinado nível de estoques implicava em custos financeiros para as concessionárias;
- Houve um debate sobre se a sugestão de preços de revenda por parte das montadoras se constituía em fixação de preços de revenda. No próprio processo administrativo nº 0089/1992 a conselheira relatora entendeu que a lista de preços sugeridos poderia exercer alguma pressão sobre a uniformização dos preços se os custos judiciais de ressarcimento dos impostos fossem muito altos.

As definições dos mercados relevantes dos casos envolvendo o setor automotivo são aqueles que recorrentemente fazem menção às limitações impostas pela Lei Ferrari. Por exemplo, no processo administrativo nº 08012.000486/2000-40, que tratou de representação da Fenabrave contra a Anfavea e contra as montadoras, na definição dos mercados relevantes na dimensão produto foram feitas as seguintes considerações:

“As montadoras de veículos e suas concessionárias se relacionam verticalmente na cadeia produtiva da indústria automobilística. As montadoras fabricam os automóveis, vendem no atacado para as concessionárias, que comercializam o produto no mercado varejista para o consumidor final. Por outro lado, as concessionárias comercializam também autopeças para reposição, a quase totalidade delas fornecidas pelas próprias montadoras. Assim, dentre as atividades desenvolvidas pelas concessionárias, as atividades de comercialização de veículos novos e de autopeças para reposição são dependentes do fornecimento das montadoras por força do estatuto legal que rege a relação entre montadoras e concessionários (Lei Ferrari).

Portanto, inicialmente podem ser identificados 4 mercados distintos nos quais se observam relações verticais estabelecidas entre as representadas e suas concessionárias: (1) mercado de fabricantes de veículos novos, no qual atuam as montadoras; (2) mercado varejista de veículos novos, onde atuam as concessionárias; (3) mercado atacadista de autopeças para reposição, onde as montadoras atuam como fabricantes ou adquirindo das empresas fabricantes das autopeças e repassando para as concessionárias; e (4) mercado varejista de autopeças, onde atuam as concessionárias.”

Ainda na definição do mercado relevante, mas agora na dimensão geográfica, também é notória a conformação das decisões do Cade ao conteúdo da Lei Ferrari. Como consta no ato de concentração nº 08700.007839/2017-40,

“(…) o mercado relevante, sob a dimensão geográfica, tem sido delimitado pela área de operação das concessionárias envolvidas no ato de concentração, uma vez que “é reduzida a quantidade de clientes que se deslocam para área operacional distinta daquela onde reside ou está instalado para efetuar a compra de veículos comerciais,” remetendo aos elementos inerentes à concessão listados no artigo 5º da Lei Ferrari: (i) a área operacional de cada concessionário; e (ii) as distâncias mínimas entre estabelecimentos de uma mesma rede de concessionários, a serem fixadas segundo critérios de potencial de mercado.”

O ato de concentração nº 08700.005831/2022-14 também faz considerações semelhantes.

O ato de concentração nº 08700.000448/2019-66, por sua vez, deixa claro que a Lei Ferrari dificulta a possibilidade das concessionárias de ofertarem seus produtos e serviços em uma área que não coincida com a área operacional que lhe foi atribuída. Como consta no parecer nº 402/2019/CGAA5/SGA1/SG,

“(…) a restrição competitiva territorial decorrente das regras contidas no inciso I e no parágrafo 2º do art. 5º da Lei Ferrari (...) limita sobremaneira a pressão concorrencial que poderia advir de concessionárias localizadas em outras áreas operacionais. Tal raciocínio aplica-se tanto para a concorrência intramarcas quanto para a concorrência intermarcas.”

Entretanto, o Cade também reconheceu a ausência de uma relação entre alguns dos problemas no mercado automotivo e o conteúdo da lei. No processo administrativo nº 08012.002673/2007-51, as acusações de cobrança de preços abusivos por parte das montadoras são refutadas. Como consta no processo:

“(…) o argumento das vantagens estabelecidas pela Lei Ferrari deve ser observado em conjunto com os ônus impostos às concedentes. É claro que a lei trouxe determinados direitos ao fabricante de veículos, entre eles o de comercializar seus

automóveis e peças via contratos de concessão comercial com distribuidores exclusivos ou não (art. 3º, § 1º, alínea “b”, da Lei n. 6.729/1979), facultada a possibilidade de estipular um índice de vendas de componentes aos concessionários.

Esses direitos, todavia, além de não assegurarem as vendas finais aos consumidores - que em última análise é o que gerará valor a essa cadeia produtiva e comercial (e a consequente vantagem às montadoras) - são acompanhados de deveres não extensíveis aos FIAPs, como a obrigatoriedade de produção e comercialização dessas peças por prazo razoável após a descontinuação do veículo (independentemente da demanda, do nível de venda e do período de produção do automóvel) e a eventual reparação dos concessionários, não havendo que se falar em “proteção” ou “vantagem” às montadoras, mas apenas a um conjunto de direitos e obrigações instituídos por lei.

Dentro desse contexto, vale relembrar o julgamento dos Processos Administrativos nº 08012.006519/2001-63, 08012.006516/2001-20, 08012.006517/2001-74, 08012.006518/2001-19, pelo então conselheiro relator Fernando Rigato Vasconcellos. Os processos tiveram origem a partir de representação formulada pela FENABRAVE – Federação Nacional de Distribuidores de Veículos Automotores, por suposta prática de preços abusivos na venda de peças de reposição de veículos à respectiva rede de concessionárias realizada pelas quatro maiores montadoras do país (Ford, Fiat, General Motors e Volkswagen). Dentre as alegações apresentadas pela Federação para instaurar a Representação, estava a de que o índice de fidelidade criado pela Lei Ferrari constituiria uma restrição vertical nociva à concorrência e ao consumidor.

O Tribunal, à época, determinou o arquivamento dos Processos Administrativos, tendo em vista a inexistência de cobrança de preços abusivos pelas montadoras. Em sua análise, o Conselheiro Relator reafirmou o entendimento proferido pela então SDE: “Em face dessas conclusões, **não se pode dizer que os preços cobrados pelas montadoras às concessionárias sejam "abusivos", pois resultam de falhas de mercado (assimetria de informação) ou de Leis específicas que regulam as relações entre os agentes econômicos ao longo da cadeia produtiva.** O exercício regular de poder de mercado e o **exercício regular de direitos conferidos pelo marco legal existente afastam uma conclusão pela existência de comportamento abusivo** das montadoras e, por esta razão, tornam incabível a intervenção punitiva do Cade em razão dos contratos firmados ao abrigo destas Leis.”

7. Considerações Finais

A Lei nº 6.729/1979 – Lei Ferrari – foi aprovada no final dos anos 1970 com o intuito de regular as relações entre fabricantes de veículos automotores e seus distribuidores, visando dar um certo equilíbrio e previsibilidade a essa relação. Naquela época, o mercado de fabricação de veículos, especialmente automóveis, era dominado por quatro grandes grupos econômicos que detinham grande poder de mercado, enquanto o varejo de veículos era composto, em sua maioria, por pequenas e médias empresas, em um segmento de mercado mais pulverizado. A economia brasileira era conduzida sob forte intervenção estatal e a política de defesa da concorrência não possuía grande relevância. Os próprios veículos eram menos sofisticados e os modelos de negócios restritos. Hoje, tanto veículos, quanto modelos de negócios são fortemente impactados pela internet, pela economia digital baseada em dados e por mudanças nas preferências dos consumidores, que se preocupam, por exemplo, com questões ambientais e de mobilidade urbana.

Nas últimas quatro décadas, o Brasil avançou para uma economia de mercado com menor intervenção do Estado. Nesse contexto, a liberdade dos agentes e efetividade da política de defesa da concorrência são fundamentais. O DEE/Cade tem se manifestado em sede de advocacia da concorrência no sentido de que dispositivos legais evitem estabelecer regras que restrinjam a liberdade dos agentes econômicos, em consonância com princípios da Lei de Defesa da Concorrência, da Lei de Liberdade Econômica e com diretrizes da OCDE. A Lei Ferrari, entretanto, aponta em sentido contrário, determina regras para o comportamento das empresas no mercado, com potenciais prejuízos para concorrência e restrição as opções de negócios das empresas e de consumidores.

Considerando estritamente a análise de efeitos concorrenciais da Lei Ferrari, identifica-se em suas regras uma série de arranjos de negócios conhecidos como restrições verticais. Tais acordos podem ser justificados pela racionalidade econômica, porém, ao mesmo tempo, podem gerar prejuízos ao ambiente concorrencial. Por isso, tanto a literatura especializada como a prática das agências antitruste defende que tais práticas sejam avaliadas caso a caso, a fim de se aferir os seus efeitos líquidos. Não é recomendável a presunção de efeitos negativos, tampouco a presunção de que somente eficiência sejam geradas de tais práticas. Além disso, traz dispositivos que podem facilitar condutas concertadas entre agentes do mercado, com convenções coletivas e uniformidade de preços. Nesse sentido, a Lei Ferrari se mostra inadequada a um ambiente de livre concorrência, uma vez que possibilita uma justificativa legal para práticas que poderiam ser investigadas e punidas pela autoridade de defesa da concorrência.

Nesse contexto, o estímulo a um maior nível de competitividade e a eliminação de regras que limitam a concorrência nesse mercado fazem-se necessárias para desenvolver um ambiente realmente competitivo no mercado automotivo brasileiro, e com isso gerar uma melhoria de bem-estar ao consumidor final em termos de preços menores e maior qualidade e variedade dos produtos e serviços prestados e incentivo à inovação.

Em um ambiente de livre concorrência, regras como as inseridas na Lei Ferrari não são proibidas e, caso sejam realmente eficientes, os agentes do mercado continuarão optando por elas e obterão os melhores resultados para empresas e consumidores, contudo, caso produzam efeitos negativos à concorrência e ao bem-estar dos consumidores poderão ser punidas segundo os ditames da Lei de Defesa da Concorrência, como em qualquer outro mercado.

Dessa forma, o Departamento de Estudos Econômicos do Cade entende que a regulação das relações entre fabricantes e concessionários de veículos automotores, materializada na Lei Ferrari, deve ser revisada no sentido de reduzir ou eliminar a intervenção do Estado e de aproximar esse mercado de um ambiente de livre concorrência, do qual decorrem benefícios para toda a sociedade.

DEE/CADE

Assinado eletronicamente [SEI 1124292]

Referências

ANFAVEA (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES). Anuário da indústria automobilística brasileira. 2022.

DEPARTMENT OF JUSTICE AND FEDERAL TRADE COMMISSION. Antitrust guidelines for collaborations among competitors. Disponível em https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf

FEDERAL TRADE COMMISSION. FTC staff comment regarding Michigan Senate Bill 268 - May 7, 2015. Disponível em: https://www.ftc.gov/system/files/documents/advocacy_documents/ftc-staff-comment-regarding-michigan-senate-bill-268-which-would-create-limited-exception-current/150511michiganautocycle.pdf Acesso em 22/09/2022.

FREDENBERG, A.; SLADE, M.E; O'BRIEN, D.P.; DOBSON, P.W.; REY, P.; GOYDER, J. The pros and cons of vertical restraints. Konkurrensverket, Swedish Competition Authority. Bromma, Sweden: Konkurrensverket, 2008.

HERMANN, H. J. Review of "Economic Analysis of Law". St. Louis, Missouri: Washington University Law Review, 1974.

HOLMSTROM, Bengt and TIROLE, Jean, (1989), The theory of the firm, ch. 02, p. 61-133 in Schmalensee, R. and Willig, R. eds., Handbook of Industrial Organization, vol. 1, Elsevier, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:eee:indchp:1-02>.

MOTTA, M. Competition Policy: Theory and practice. Cambridge, England: Cambridge University Press, 2004.

OCDE (Organização para o Desenvolvimento e Cooperação Econômica). Guia para avaliação de concorrência. Princípios. v 1. 2017. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/competition/46969642.pdf> Acesso em 21/09/2022.

POPADIUK, Silvio; MEINERT, Carlos Renato. A estratégia multimarcas como um fator de inovação em revenda de veículos novos. Revista de Ciências da Administração, v. 9, n. 18, p. 80-104, 2007.

POSNER, Richard. Economic Analysis of Law. Austin: Kluwer, 2007.

REIS, Guilherme Z. As restrições verticais no sistema de concessão de comercialização de veículos: lei 8.884/94 versus lei 6.729/79. Revista de Direito da Concorrência. n 24. Setembro/2011.

REY, Patrick; VERGÉ, Thibaud. Economics of vertical restraints. In: BUCCIROSSI, Paolo (ed.). Handbook of Antitrust Economics. Londres: The MIT Press, 2008. cap. 9.

[1] Ver publicações institucionais do DEE em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/estudos-economicos>.

[2] Revista Dealer. n. 42. jun/jul-2013. Disponível em: http://www.fenabreve.org.br/portal/uploads/listas/plusfiles/dealer_42_PT.pdf Acesso em 20/09/2022.

[3] Fontes: Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores). Anuário da Indústria Automobilística Brasileira 2022. Disponível em: <https://anfavea.com.br/anuario2022/2022.pdf> Acesso em 19/09/2022. Fenabreve.

[4] Dados de 2018.

[5] Dados disponíveis na data de produção desta nota técnica (https://www.fenabreve.org.br/portal/files/2022_08_2.pdf).

[6] Fonte: Anuário Anfavea da Indústria Automobilística Brasileira de 2022. Foram encontradas divergências quanto a esse número. Segundo a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve), são 7.300 concessionárias de veículos no Brasil.

[7] Nota Técnica nº 2/2021/DEE/CADE (SEI 0854786).

[8] Carta do staff da FTC ao Senador Darwin L. Boohar, enviada em 07/05/2015, que avalia proposta legislativa relacionada à distribuição de veículos automotores. Disponível em: https://www.ftc.gov/system/files/documents/advocacy_documents/ftc-staff-comment-regarding-michigan-senate-bill-268-which-would-create-limited-exception-current/150511michiganautocycle.pdf Acesso em 22/09/2022.

[9] Idem.



Documento assinado eletronicamente por **Guilherme Mendes Resende, Economista-Chefe**, em 30/09/2022, às 12:21, conforme horário oficial de Brasília e Resolução Cade nº 11, de 02 de dezembro de 2014.



Documento assinado eletronicamente por **Gerson Carvalho Bênia, Coordenador**, em 30/09/2022, às 15:16, conforme horário oficial de Brasília e Resolução Cade nº 11, de 02 de dezembro de 2014.



Documento assinado eletronicamente por **Thiago Luis dos Santos Pinto, Analista Administrativo**, em 30/09/2022, às 15:27, conforme horário oficial de Brasília e Resolução Cade nº 11, de 02 de dezembro de 2014.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site sei.cade.gov.br/autentica, informando o código verificador **1124292** e o código CRC **313306CF**.



Ministério da Economia
Secretaria de Governo Digital
Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração
Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)

NIRE (da sede ou filial, quando a sede for em outra UF)

31207626711

Código da Natureza Jurídica

2062

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

1 - REQUERIMENTO

ILMO(A). SR.(A) PRESIDENTE DA Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Nome: ECS COMERCIO DE VEICULOS E EQUIPAMENTOS LTDA
(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº FCN/REMP



MGP2101117702

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1	002			ALTERACAO
		2244	1	ALTERACAO DE ATIVIDADES ECONOMICAS (PRINCIPAL E SECUNDARIAS)

UBERLANDIA
Local

15 DEZEMBRO 2021
Data

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:

Nome: _____

Assinatura: _____

Telefone de Contato: _____

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL

DECISÃO SINGULAR

DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) igual(ais) ou semelhante(s):

SIM

SIM

Processo em Ordem À decisão

_____/_____/_____
Data

NÃO ____/____/_____
Data

Responsável

NÃO ____/____/_____
Data

Responsável

Responsável

DECISÃO SINGULAR

- Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)
 Processo deferido. Publique-se e archive-se.
 Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

_____/_____/_____
Data

Responsável

DECISÃO COLEGIADA

- Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)
 Processo deferido. Publique-se e archive-se.
 Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

_____/_____/_____
Data

Vogal

Vogal

Vogal

Presidente da _____ Turma

OBSERVAÇÕES



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Certifico o registro sob o nº 8960162 em 22/12/2021 da Empresa ECS COMERCIO DE VEICULOS E EQUIPAMENTOS LTDA, Nire 31207626711 e protocolo 218439423 - 20/12/2021. Autenticação: D39757AEEACC1B1B4DEC634A859CEE67E75F63. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 21/843.942-3 e o código de segurança eXzA Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 27/12/2021 por Marinely de Paula Bomfim Secretária-Geral.

MARINELY DE PAULA BOMFIM
SECRETÁRIA GERAL



JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

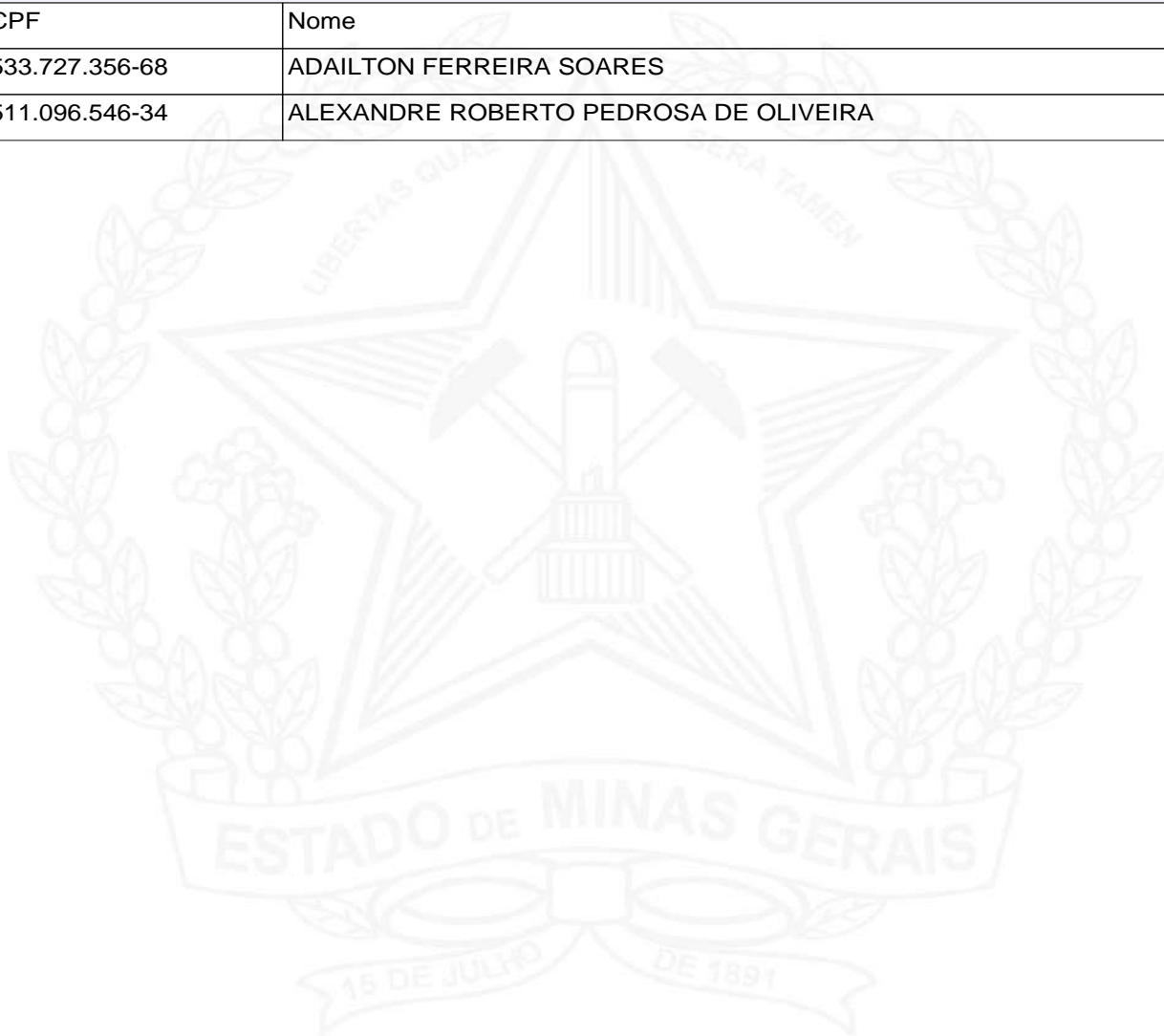
Registro Digital

Capa de Processo

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/843.942-3	MGP2101117702	20/12/2021

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
533.727.356-68	ADAILTON FERREIRA SOARES
511.096.546-34	ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais



OITAVA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA

CNPJ: 08.206.867/0001-00

NIRE: 3120762671-1

São participantes do presente instrumento os seguintes nomeados:

ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA, brasileiro, casado sob o regime de comunhão parcial de bens, nascido em 21/11/1964, empresário, portador do documento de identidade RG nº M-3.254.610 SSP/MG, inscrito no Cadastro das Pessoas Físicas ("CPF") sob o nº 511.096.546-34, residente e domiciliado na Avenida dos Jardins, nº 250, Alameda Fênix, nº 10, Bairro Nova Uberlândia, CEP: 38.412-639, Município de Uberlândia, Estado de Minas Gerais;

ADAILTON FERREIRA SOARES, brasileiro, casado sob o regime de comunhão parcial de bens, nascido em 29/06/1964, empresário, portador do documento de identidade RG nº MG-2.874.919 SSP/MG, inscrito no Cadastro das Pessoas Físicas ("CPF") sob o nº 533.727.356-68, residente e domiciliado na Avenida dos Jardins, nº 250 – Alameda da Agaves, nº 15, Bairro Nova Uberlândia, CEP: 38.412-639, Município de Uberlândia, Estado de Minas Gerais.

Os únicos sócios da sociedade empresária ECS COMERCIO DE VEICULOS E EQUIPAMENTOS LTDA, com sede na cidade de Uberlândia-MG, à Avenida Cesário Alvim, nº 818, Sala 113, Centro, CEP: 38.400-098, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o nº 08.206.867/0001-00, e na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais sob o Número de Identificação do Registro de Empresa 3120762671-1, com seu contrato social e última alteração contratual devidamente arquivados sob os nºs. 3120762671-1 e 218297688, em 07 de agosto de 2006 e 13 de dezembro 2021, respectivamente, de comum acordo, decidem promover a oitava alteração contratual da Sociedade, mediante as cláusulas e condições a seguir:



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Certifico o registro sob o nº 8960162 em 22/12/2021 da Empresa ECS COMERCIO DE VEICULOS E EQUIPAMENTOS LTDA, Nire 31207626711 e protocolo 218439423 - 20/12/2021. Autenticação: D39757AEEACC1B1B4DEC634A859CEEB67E75F63. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 21/843.942-3 e o código de segurança eXzA Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 27/12/2021 por Marinely de Paula Bomfim Secretária-Geral.

MARINELY DE PAULA BOMFIM
SECRETÁRIA GERAL

1. MODIFICAÇÃO DO OBJETO SOCIAL

1.1. Deliberam os cotistas, de comum acordo, modificar o objeto social atualmente estabelecido como:

A) Comércio Varejista de:

- Veículos automotores novos e usados;
 - Veículos automotores especiais e transformados, tais como ambulâncias, transporte de presos, bases móveis, em geral;
 - Furgões e baús especiais e transformados;
 - Caminhões novos e usados;
 - Carrocerias e implementos rodoviários para caminhões, inclusive baús de alumínio, tanques, coletores e compactadores de lixo, guindastes;
 - Reboques e semirreboques;
 - Ônibus e microônibus novos e usados;
 - Peças, acessórios e equipamentos para veículos em geral, inclusive veículos especiais e transformados (automotores, caminhões, caminhonetes, ônibus, vans, aviões, tratores e máquinas agrícolas);
 - Equipamentos, peças e acessórios para aeronaves, barcos, lanchas, motores de popa e embarcações náuticas;
 - Equipamentos e aparelhos de refrigeração e ventilação;
 - Equipamentos eletrônicos computadorizados;
 - Equipamentos eletroeletrônicos e eletrodomésticos;
 - Equipamentos de telecomunicações fixos e portáteis;
 - Equipamentos fotográficos, cinematográficos, de sonorização e seus acessórios;
 - Produtos de informática e periféricos;
 - Máquinas e equipamentos bem como suas peças e acessórios;
 - Máquinas, peças e acessórios para serralheira;
 - Materiais para estofamentos e revestimentos;
 - Pneus;
 - Óleos lubrificantes e hidráulicos,
 - Materiais para construção: elétricos, hidráulicos e ferragens (ferro, aço, aço inox, alumínio e cobre);
 - Materiais de edificação, mármore granito e outros tipos de pedras, vidros, brita, cal, areia, cimento, calcário, tintas e solventes, materiais refratários, borrachas;
 - Artigos para escritório e de papelaria;
 - Artigos de segurança proteção e EPI;
 - Artigos de caça, pesca e camping;
 - Artes gráficas e impressos;
- B) Comércio Atacadista de:
- Veículos automotores novos e usados;



- Veículos automotores especiais e transformados, tais como ambulâncias, transporte de presos, bases móveis, em geral;
- Furgões e baús especiais e transformados;
- Caminhões novos e usados;
- Carrocerias e implementos rodoviários para caminhões, inclusive baús de alumínio, tanques, coletores e compactadores de lixo, guindastes;
- Reboques e semirreboques;
- Ônibus e microônibus novos e usados;
- Peças, acessórios e equipamentos para veículos em geral, inclusive veículos especiais e transformados (automotores, caminhões, caminhonetes, ônibus, vans, aviões, tratores e máquinas agrícolas);
- Materiais para estofamentos e revestimentos;
- Pneus;

C) Prestação de Serviço de:

- Conserto, manutenção, reforma e operação de veículos automotores, caminhões, ônibus e microônibus;
- Operação, manutenção e reforma de máquinas e equipamentos pesados e de engenharia, usina de asfalto, usinas de solos, conjuntos de britagem e correlatos;
- Manutenção de equipamentos industriais e hospitalares;
- Manutenção preventiva e corretiva, inclusive em equipamentos térmicos;
- Manutenção e reforma de contêineres e módulos habitacionais e comerciais;
- Reformas inclusive desmanche
- Montagem de móveis;
- Tratamento em ar-condicionado;
- Instalações e manutenção em ar-condicionado, ar refrigerado, equipamentos e aparelhos de refrigeração, ventilação, exaustão e controle ambiental;
- Limpeza e conservação de dutos;
- Projetos;
- Instalações de divisórias e similares.

modificado para:

A) Comércio Varejista de:

- Veículos automotores novos e usados;**
- Veículos automotores especiais e transformados, tais como ambulâncias, transporte de presos, bases móveis, em geral;**
- Furgões e baús especiais e transformados;**
- Caminhões novos e usados;**
- Carrocerias e implementos rodoviários para caminhões, inclusive baús de alumínio, tanques, coletores e compactadores de lixo, guindastes;**
- Reboques e semirreboques;**
- Ônibus e microônibus novos e usados;**



- Peças, acessórios e equipamentos para veículos em geral, inclusive veículos especiais e transformados (automotores, caminhões, caminhonetes, ônibus, vans, aviões, tratores e máquinas agrícolas);
 - Equipamentos, peças e acessórios para aeronaves, barcos, lanchas, motores de popa e embarcações náuticas;
 - Equipamentos e aparelhos de refrigeração e ventilação;
 - Equipamentos eletrônicos computadorizados;
 - Equipamentos eletroeletrônicos e eletrodomésticos;
 - Equipamentos de telecomunicações fixos e portáteis;
 - Equipamentos fotográficos, cinematográficos, de sonorização e seus acessórios;
 - Produtos de informática e periféricos;
 - Máquinas e equipamentos bem como suas peças e acessórios;
 - Máquinas, peças e acessórios para serralheira;
 - Materiais para estofamentos e revestimentos;
 - Pneus;
 - Óleos lubrificantes e hidráulicos,
 - Materiais para construção: elétricos, hidráulicos e ferragens (ferro, aço, aço inox, alumínio e cobre);
 - Materiais de edificação, mármore granito e outros tipos de pedras, vidros, brita, cal, areia, cimento, calcário, tintas e solventes, materiais refratários, borrachas;
 - Artigos para escritório e de papelaria;
 - Artigos de segurança proteção e EPI;
 - Artes gráficas e impressos;
- B) Comércio Atacadista de:**
- Veículos automotores novos e usados;
 - Veículos automotores especiais e transformados, tais como ambulâncias, transporte de presos, bases móveis, em geral;
 - Furgões e baús especiais e transformados;
 - Caminhões novos e usados;
 - Carrocerias e implementos rodoviários para caminhões, inclusive baús de alumínio, tanques, coletores e compactadores de lixo, guindastes;
 - Reboques e semirreboques;
 - Ônibus e microônibus novos e usados;
 - Peças, acessórios e equipamentos para veículos em geral, inclusive veículos especiais e transformados (automotores, caminhões, caminhonetes, ônibus, vans, aviões, tratores e máquinas agrícolas);
 - Materiais para estofamentos e revestimentos;
 - Pneus;



C) Prestação de Serviço de:

- **Conserto, manutenção, reforma e operação de veículos automotores, caminhões, ônibus e microônibus;**
- **Operação, manutenção e reforma de máquinas e equipamentos pesados e de engenharia, usina de asfalto, usinas de solos, conjuntos de britagem e correlatos;**
- **Manutenção de equipamentos industriais e hospitalares;**
- **Manutenção preventiva e corretiva, inclusive em equipamentos térmicos;**
- **Manutenção e reforma de contêineres e módulos habitacionais e comerciais;**
- **Reformas inclusive desmanche**
- **Montagem de móveis;**
- **Tratamento em ar-condicionado;**
- **Instalações e manutenção em ar-condicionado, ar refrigerado, equipamentos e aparelhos de refrigeração, ventilação, exaustão e controle ambiental;**
- **Limpeza e conservação de dutos;**
- **Projetos;**
- **Instalações de divisórias e similares.**

2. CONSOLIDAÇÃO DAS CLÁUSULAS CONTRATUAIS

- 2.1. Por fim, havendo a concordância dos cotistas, estes resolvem consolidar o contrato social da Sociedade, o qual, já refletindo as alterações acima mencionadas, passa a vigorar com a seguinte redação:

CONTRATO SOCIAL DE SOCIEDADE EMPRESÁRIA LTDA

ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA

1. DA RAZÃO SOCIAL, SEDE E FORO

- 1.1. A sociedade limitada denominada **ECS COMÉRCIO DE VEÍCULOS E EQUIPAMENTOS LTDA ("Sociedade")** reger-se-á pelo presente Contrato Social, observando as disposições da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 ("**Código Civil**") e, supletivamente, pelas normas da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976 ("**Lei das SA**").



- 1.2. A Sociedade possui sua sede e foro na **Avenida Cesário Alvim, nº 818, Sala 113, Centro, CEP: 38.400-098, Município de Uberlândia, Estado de Minas Gerais** e, por determinação de seus sócios, poderá abrir, manter e encerrar estabelecimentos, escritórios, sucursais, filiais ou agências em qualquer parte do território nacional.
- 1.3. A Sociedade tem como propósito finalístico o

A) Comércio Varejista de:

- Veículos automotores novos e usados;
- Veículos automotores especiais e transformados, tais como ambulâncias, transporte de presos, bases móveis, em geral;
- Furgões e baús especiais e transformados;
- Caminhões novos e usados;
- Carrocerias e implementos rodoviários para caminhões, inclusive baús de alumínio, tanques, coletores e compactadores de lixo, guindastes;
- Reboques e semirreboques;
- Ônibus e microônibus novos e usados;
- Peças, acessórios e equipamentos para veículos em geral, inclusive veículos especiais e transformados (automotores, caminhões, caminhonetes, ônibus, vans, aviões, tratores e máquinas agrícolas);
- Equipamentos, peças e acessórios para aeronaves, barcos, lanchas, motores de popa e embarcações náuticas;
- Equipamentos e aparelhos de refrigeração e ventilação;
- Equipamentos eletrônicos computadorizados;
- Equipamentos eletroeletrônicos e eletrodomésticos;
- Equipamentos de telecomunicações fixos e portáteis;
- Equipamentos fotográficos, cinematográficos, de sonorização e seus acessórios;
- Produtos de informática e periféricos;
- Máquinas e equipamentos bem como suas peças e acessórios;
- Máquinas, peças e acessórios para serralheira;
- Materiais para estofamentos e revestimentos;
- Pneus;
- Óleos lubrificantes e hidráulicos,
- Materiais para construção: elétricos, hidráulicos e ferragens (ferro, aço, aço inox, alumínio e cobre);
- Materiais de edificação, mármore granito e outros tipos de pedras, vidros, brita, cal, areia, cimento, calcário, tintas e solventes, materiais refratários, borrachas;
- Artigos para escritório e de papelaria;



- Artigos de segurança proteção e EPI;

- Artes gráficas e impressos;

B) Comércio Atacadista de:

- Veículos automotores novos e usados;

- Veículos automotores especiais e transformados, tais como ambulâncias, transporte de presos, bases móveis, em geral;

- Furgões e baús especiais e transformados;

- Caminhões novos e usados;

- Carrocerias e implementos rodoviários para caminhões, inclusive baús de alumínio, tanques, coletores e compactadores de lixo, guindastes;

- Reboques e semirreboques;

- Ônibus e microônibus novos e usados;

- Peças, acessórios e equipamentos para veículos em geral, inclusive veículos especiais e transformados (automotores, caminhões, caminhonetes, ônibus, vans, aviões, tratores e máquinas agrícolas);

- Materiais para estofamentos e revestimentos;

- Pneus;

C) Prestação de Serviço de:

- Concerto, manutenção, reforma e operação de veículos automotores, caminhões, ônibus e microônibus;

- Operação, manutenção e reforma de máquinas e equipamentos pesados e de engenharia, usina de asfalto, usinas de solos, conjuntos de britagem e correlatos;

- Manutenção de equipamentos industriais e hospitalares;

- Manutenção preventiva e corretiva, inclusive em equipamentos térmicos;

- Manutenção e reforma de contêineres e módulos habitacionais e comerciais;

- Reformas inclusive desmanche

- Montagem de móveis;

- Tratamento em ar-condicionado;

- Instalações e manutenção em ar-condicionado, ar refrigerado, equipamentos e aparelhos de refrigeração, ventilação, exaustão e controle ambiental;

- Limpeza e conservação de dutos;

- Projetos;

- Instalações de divisórias e similares.

2. CAPITAL SOCIAL E QUOTAS

- 2.1. O capital social compreende o montante de **R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)**, divididos em 400.000 (quatrocentas mil) quotas, com valor unitário de R\$ 1,00 (um real) cada, totalmente subscrito integralizado, em moeda corrente nacional, assim distribuídos aos sócios:



	ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA	ADAILTON FERREIRA SOARES	TOTAL
<u>QUOTAS</u>	200.000	200.000	400.000
<u>VALOR</u>	R\$ 200.000,00	R\$ 200.000,00	R\$ 400.000,00
<u>PARTICIPAÇÃO</u>	50%	50%	100%

3. DA RESPONSABILIDADE DOS SOCIOS

- 3.1. A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, não respondendo subsidiariamente pelas obrigações sociais, observados os termos do artigo 1.052 do Código Civil.
- 3.2. Os sócios ficam terminantemente impedidas de fornecerem suas assinaturas a terceiros em negócios de favor, entre eles: avais, endossos, fianças e qualquer outros que possam colocar em risco o patrimônio de cada um e da sociedade, a não ser em benefício desta ou entre si.
- 3.3. Cada Sócio tem direito a um voto nas deliberações sociais e as quotas são indivisíveis em relação à Sociedade.

4. DO INÍCIO DAS ATIVIDADES E PRAZO DE DURAÇÃO

- 4.1. A sociedade iniciou suas atividades em 01/09/2006 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

5. DAS QUOTAS DE CAPITAL

- 5.1. As quotas de capital são indivisíveis e não poderão ser cedidas a terceiros sem o expresse consentimento por escrito do outro sócio, o qual terá direito de preferência, em igualdade de condições e preços para a aquisição das quotas se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente (art. 1.056 e art. 1.057, C/C 2002).



6. DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

- 6.1. A administração da Sociedade será exercida pelos sócios **Alexandre Roberto Pedrosa de Oliveira e Adailton Ferreira Soares**, com poderes e atribuições de sócios administradores, assinando sempre, em conjunto ou separadamente autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer quotista ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis e moveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.
- 6.2. Nenhum dos sócios está autorizado a retirada mensal a título de Pró-labore, mesmo na qualidade de administrador.
- 6.3. A Sociedade será representada, ativa e passivamente, em juízo e fora dele, pela assinatura de qualquer sócio administrador.
- 6.3.1. A Sociedade poderá, por meio de assinatura do sócio administrador, constituir procuradores, para auxiliar na gestão dos negócios da Sociedade e representá-la, dentre pessoas de reconhecida idoneidade, empregados ou não, especificando, no instrumento de mandato, a finalidade, os poderes conferidos e o prazo de validade, na forma da lei.

7. DOS LUCROS OU PREJUÍZOS

- 7.1. Ao término de cada exercício social, em 31 de Dezembro de cada ano, os administradores prestarão contas, justificativas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço do resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. Nos quatros meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador quando for o caso.

8. DO FALECIMENTO OU INTERDIÇÃO

- 8.1. Falecendo ou sendo interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com seus herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo isto possível ou inexistindo interesse deste ou do sócio remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado. O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação ao seu sócio.



9. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

- 9.1. Os administradores declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercerem a administração da Sociedade, por lei especial ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou propriedade.

E, por assim se acharem justos e contratados firmam as partes o presente instrumento de Alteração Contratual, em três vias de igual teor e forma, para os fins legais e arquivos dos interessados.

Uberlândia - MG, 15 de dezembro de 2021.

ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA

Assinado de forma digital

ADAILTON FERREIRA SOARES

Assinado de forma digital





JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

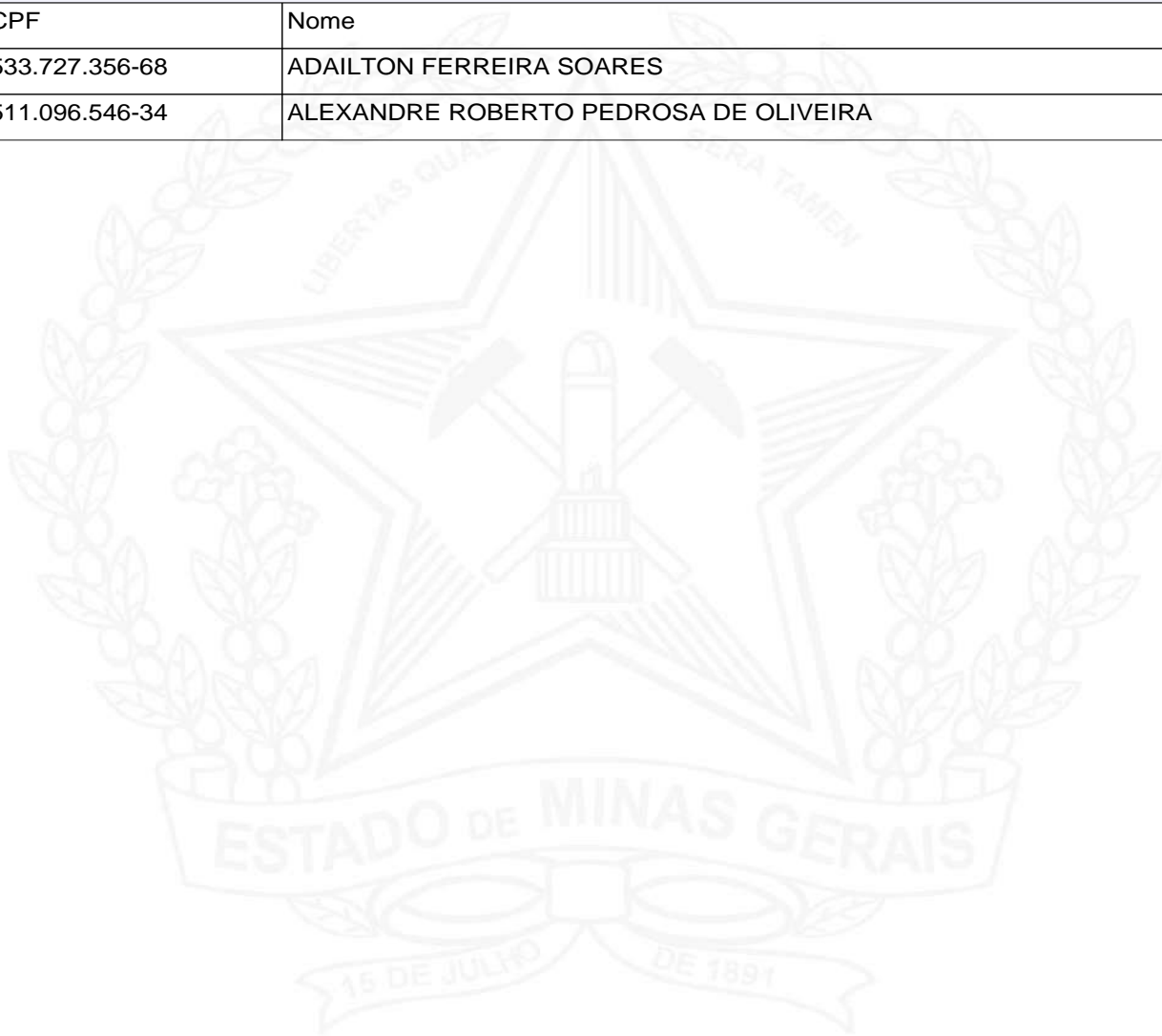
Registro Digital

Documento Principal

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/843.942-3	MGP2101117702	20/12/2021

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
533.727.356-68	ADAILTON FERREIRA SOARES
511.096.546-34	ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais





TERMO DE AUTENTICAÇÃO - REGISTRO DIGITAL

Certifico que o ato, assinado digitalmente, da empresa ECS COMERCIO DE VEICULOS E EQUIPAMENTOS LTDA, de NIRE 3120762671-1 e protocolado sob o número 21/843.942-3 em 20/12/2021, encontra-se registrado na Junta Comercial sob o número 8960162, em 22/12/2021. O ato foi deferido eletronicamente pelo examinador Weveling Paulino Rodrigues de Aguiar.

Certifica o registro, a Secretária-Geral, Marinely de Paula Bomfim. Para sua validação, deverá ser acessado o sítio eletrônico do Portal de Serviços / Validar Documentos (<https://portalservicos.jucemg.mg.gov.br/Portal/pages/imagemProcesso/viaUnica.jsf>) e informar o número de protocolo e chave de segurança.

Capa de Processo

Assinante(s)	
CPF	Nome
533.727.356-68	ADAILTON FERREIRA SOARES
511.096.546-34	ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA

Documento Principal

Assinante(s)	
CPF	Nome
533.727.356-68	ADAILTON FERREIRA SOARES
511.096.546-34	ALEXANDRE ROBERTO PEDROSA DE OLIVEIRA

Belo Horizonte. quarta-feira, 22 de dezembro de 2021



Documento assinado eletronicamente por Weveling Paulino Rodrigues de Aguiar, Servidor(a) Público(a), em 22/12/2021, às 07:12 conforme horário oficial de Brasília.



A autenticidade desse documento pode ser conferida no [portal de serviços da jucemg](http://www.jucemg.mg.gov.br) informando o número do protocolo 21/843.942-3.





JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Registro Digital

O ato foi deferido e assinado digitalmente por :

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
873.638.956-00	MARINELY DE PAULA BOMFIM

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais



Belo Horizonte. quarta-feira, 22 de dezembro de 2021



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Certifico o registro sob o nº 8960162 em 22/12/2021 da Empresa ECS COMERCIO DE VEICULOS E EQUIPAMENTOS LTDA, Nire 31207626711 e protocolo 218439423 - 20/12/2021. Autenticação: D39757AEEACC1B1B4DEC634A859CEEB67E75F63. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 21/843.942-3 e o código de segurança eXzA Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 27/12/2021 por Marinely de Paula Bomfim Secretária-Geral.

MARINELY DE PAULA BOMFIM
SECRETÁRIA GERAL

