



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 230 /COGSE/SEAE/MF

Brasília, 16 de julho de 2001.

Referência: Ofício nº 1700/2001 GAB/SDE/MJ, de 19 de abril de 2001.

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.002427/2001-12.

Requerentes: Terra Networks Brasil S/A e Net Rio Online Informática e Telecomunicações Ltda. – ME

Operação: Aquisição pela Terra Networks S/A da empresa Net Rio Online Informática e Telecomunicações Ltda. – ME no setor de serviços relacionados à Internet.

Recomendação: aprovação, sem restrições.

Versão: pública.

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

Não encerra, por isto, conteúdo decisório ou vinculante, mas apenas auxiliar ao julgamento, pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE, dos atos e condutas de que trata a Lei.

A divulgação de seu teor atende ao propósito de conferir publicidade aos conceitos e critérios observados em procedimentos da espécie pela Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE, em benefício da transparência e uniformidade de condutas.”

A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça solicita à SEAE, nos termos do Art. 54 da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas Terra Networks Brasil S/A e Net Rio Online Informática e Telecomunicações Ltda. – ME.

1. Das Requerentes

1.1 Adquirente

1. A Terra Networks S/A (doravante denominada “Terra”) é uma empresa pertencente ao Grupo Telefónica, de nacionalidade espanhola, com sede na Vía de las Dos Catillas, 33, Complejo Attica, Edeficial Pozuello de Alarcarón, 28223, em Madri, na Espanha. Criada em dezembro de 1998, a Terra Networks S/A tem como objeto o provimento de acesso à Internet e outros serviços baseados no protocolo Internet (IP), a oferta de serviços e conteúdos interativos, a realização de ofertas a clientes no âmbito interativo, bem como a identificação, financiamento e desenvolvimento de oportunidades de negócio utilizando-se da Internet como meio.

2. No Brasil, a o Grupo Telefónica, especializado em soluções de telecomunicações, deu início às suas operações em 1996, como participante do consórcio que adquiriu o controle da Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT. Em junho de 1999, por intermédio de sua controlada Telefónica Interactiva S/A, associou-se à RBS Administração e Cobranças Ltda., sociedade do grupo RBS, com o propósito de adquirir o controle da Nutec Informática S/A.¹ Entretanto, em agosto do mesmo ano, as referidas empresas decidiram encerrar a parceria, restando o Grupo Telefónica como único controlador da Nutec, cuja denominação passou a ser Terra Networks Brasil S/A, que tem sede na Rua João Manoel, 90, em Porto Alegre, Estado do Rio Grande do Sul.

3. Desde o início de suas operações no país, por intermédio da Terra Networks Brasil S/A, o grupo tem efetuado diversas aquisições em todo território brasileiro, com destaque para negociações com empresas provedoras de acesso à Internet.² Seu foco de atuação são os serviços relacionados à Internet, dentre os quais vale mencionar o provimento de acesso discado e dedicado à Internet, a venda de espaço para publicidade virtual e a intermediação de transações comerciais via rede. Seu faturamento mundial relativo ao exercício de 1999 foi de US\$ 23.118 milhões e, no Brasil, de US\$ 4.909 milhões.

¹ Ato de concentração n.º 0812.006253/99-46, em análise no Sistema Brasileiro de defesa da Concorrência.

² As operações estão descritas sucintamente pelas requerentes nos autos do processo.

1.2 Adquirida

4. A Net Rio Online Informática e Telecomunicações Ltda. – ME é uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada com sede na Av. Atlântica, 2500/loja 24, na cidade de Macaé, no Estado do Rio de Janeiro. Atua no provimento de acesso à Internet por linha discada, no provimento de acesso dedicado, na venda de espaço para publicidade virtual e na intermediação de registros de domínios à pessoas físicas e jurídicas. Segundo as requerentes, os mesmos serviços são prestados nas localidades de Campos dos Goytacazes.³ A Net Rio apresentou um faturamento total de R\$ 632.957,24 no ano de 2000. O capital de sua sociedade, antes da operação, era distribuído entre os sócios como mostra o quadro N.º 1.

Quadro N.º 1

Composição societária da Net Rio Online Informática e Telecomunicações Ltda. – ME

Sócios	Participação societária
Alda Margarida Martins Felipe Figueiredo Matos	33%
Elias Braga de Carvalho	33%
Miguel Paulo Coelho	17%
Pedro Tadao Tateyama	17%
Total	100%

Fonte: requerentes.

2. Da Operação

5. A operação notificada consiste na aquisição, pela Terra Networks Brasil S/A, de todos os ativos da empresa Net Rio Online Informática e Telecomunicações Ltda. – ME, segundo o “Contrato Particular de Compra e Venda”, celebrado em 23 de março de 2001. A operação terá seu valor final sujeitos a reajustes, tendo em vista que a Terra pagará R\$ 132,30 por assinante efetivamente migrado, cuja verificação final está prevista para o dia 20.07.2001.

³ Pontos de Presença (PDP), *popservers*, ou PoP são meios pelos quais o usuário pode acessar a Internet fazendo uma chamada telefônica local, mesmo que seu provedor esteja sediado em outra cidade. Funcionam como filiais em mercados regionais ou podem ser supridos por um provedor de “backbone”, que estabelece um contrato de serviço específico para tal finalidade.

3. Definição do Mercado Relevante

3.1 Dimensão Produto

6. O quadro abaixo apresenta a relação de serviços ofertados pelas requerentes.

Quadro I
Principais serviços ofertados pelas requerentes

Produtos	Terra	Net Rio
Provimento de acesso à Internet via linha discada	X	X
Provimento de acesso à Internet via conexão dedicada	X	X
Comercialização de espaço para publicidade virtual (publicidade <i>online</i>)	X	X
Registro de domínios	X	X
Comércio eletrônico (<i>e-commerce</i>)	X	

Fonte: requerentes

Obs. Segundo o anexo iii do contrato de compra e venda fornecido pelas requerentes, todas as páginas hospedadas pela Net Rio eram de clientes que utilizavam a empresa para acessar à Internet. O valor cobrado pelo serviço de hospedagem de páginas está incluído nos planos de acesso. Dessa forma, não se considerou o mercado de hospedagem de páginas em separado.

7. Ao observar o quadro I, verifica-se que há sobreposição nos mercados de provimento de acesso à Internet via linha discada, provimento de acesso à Internet via conexão dedicada, comercialização de espaço para publicidade virtual e registro de domínios.

8. Provimento de acesso à Internet via linha telefônica discada. Serviço definido como valor adicionado⁴, oferecido por empresas conhecidas como “provedores de acesso” ou “provedores de conteúdo”, que possibilitam a seus usuários o acesso à Internet e à informação nela existente. Para o usuário, o provedor de acesso, ou seu ponto de presença⁵,

⁴ A norma 04/95 (“Uso de Meios da Rede Pública de Telecomunicações para Acesso à Internet”, publicada pela Portaria do Ministério da Comunicações N.º 148, de 31.05.95), que regula o uso de meios da Rede Pública de Telecomunicações para o provimento e utilização de Serviços de Conexão à Internet define Serviço de Valor Adicionado como “serviço que acrescenta a uma rede preexistente de um serviço de telecomunicações, meios ou recursos que criam novas utilidades específicas, ou novas atividades produtivas, relacionadas com o acesso, armazenamento, movimentação e recuperação de informações”.

⁵ Pontos de Presença (PDP), “popservers”, ou “PoP” representam a infra-estrutura por meio da qual o usuário pode acessar a Internet fazendo uma chamada telefônica local, mesmo que seu provedor esteja sediado em outra cidade. Funcionam como filiais em mercados regionais ou podem ser supridos por um provedor de “backbone” (empresa que detenha a infra-estrutura de telecomunicações necessária), que estabelece um contrato de serviço específico com o provedor de acesso para tal finalidade. Muitos provedores têm utilizado esses equipamentos para oferecer acesso em várias cidades.

pode ser considerado como o ponto mais próximo à espinha dorsal da Internet (*backbone*).⁶ O acesso discado é a forma mais tradicional de provimento, em que o provedor de acesso adquire (ou aluga) de um provedor de backbone um canal para comunicação de dados dedicado de alta capacidade e conecta o usuário por meio de uma linha telefônica comum.⁷ Esse trecho de ligação entre o provedor de acesso (ou seu ponto de presença) e o usuário final é chamado de “última milha”.

9. O valor cobrado pelo acesso discado está associado a um plano de utilização, definido, em contrato, entre o assinante e o provedor de acesso. A qualidade do serviço depende, sobretudo, da infra-estrutura de telecomunicações que conecta o usuário ao provedor na “última milha”, da capacidade do canal para transmissão de dados que conecta o provedor de acesso ao provedor de backbone da Internet e, em última instância, da capacidade do próprio backbone.⁸ É importante lembrar que o valor da chamada telefônica ao provedor de acesso é pago pelo usuário final à operadora de telecomunicações da mesma forma como são cobradas as chamadas telefônicas normalmente utilizadas para comunicação de voz.

10. Poder-se-ia apontar o provimento de acesso gratuito, oferecido por diversas empresas especializadas, como um serviço substituto do acesso discado cobrado, pois o formato técnico utilizado é o mesmo ou bastante semelhante. Entretanto, o acesso gratuito tem-se consolidado como um serviço complementar ao acesso cobrado, já que o usuário é livre para utilizar qualquer provedor de acesso gratuito que esteja disponível.⁹ Ademais, sua própria caracterização como um mercado e conseqüente comparação é dificultada por não

⁶ A Internet é organizada na forma de espinhas dorsais (“backbones”), que são estruturas de rede capazes de manipular grandes volumes de informações, constituídas basicamente por roteadores de tráfego interligados por circuitos de alta velocidade. Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil, há seis backbone nacionais e seus respectivos provedores são: a RNP (www.rnp.br), de cunho mais científico, a Embratel (www.embratel.net.br); o Banco Rural (www.homesshopping.com.br); a Unisys (www.unisys.com.br); a Global One (www.global-one.net) e a IBM (www.ibm.com.br).

⁷ A definição desta infra-estrutura de telecomunicações está inserida no Plano Geral de Metas, PGM, para a universalização do serviço telefônico fixo comutado prestado no regime público, aprovado pelo Decreto n.º 2.592, de 15 de maio de 1998, que a define como o “serviço de telecomunicações que, por meio da transmissão de voz e de outros sinais, destina-se à comunicação entre pontos fixos determinados, utilizando processos de telefonia”.

⁸ A qualidade dos equipamentos utilizados, o número de usuários do provedor de acesso conectados num mesmo instante e outros fatores técnicos podem influir na qualidade do serviço.

⁹ Há poucas estatísticas quanto ao padrão de utilização do acesso gratuito.

existir um preço associado ao fornecimento do serviço.

11. Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico e o intenso processo de convergência de várias mídias tem feito emergir um segmento de acesso cobrado à Internet por meio de outras tecnologias, também chamadas de acesso por “banda larga”, entre as quais se destacam o acesso via cabo e o ADSL.¹⁰ Nota-se que, seguindo uma tendência mundial, a participação de mercado deste segmento tem aumentado gradualmente, mas é ainda bastante reduzida no presente. O acesso por meio dessas outras tecnologias poderá tornar-se futuramente uma alternativa para os consumidores brasileiros, sobretudo para o acesso discado, mas, no presente, não deve ser considerado substituto perfeito a este tipo de acesso, pois não está disponível em todas as áreas, tem preços mais altos e não há evidências de que, no período de um ano, venha baixar seus preços a ponto de o usuário substituir seu acesso discado por essas tecnologias.

12. Provimento de acesso à Internet via conexão dedicada.¹¹ A conexão dedicada é oferecida através de canais (linhas de comunicação) reservados exclusivamente ao usuário e permanecem sempre ativas, sem a necessidade de discagem para conexão. São também chamadas de linhas alugadas (*leased lines*) ou linhas privativas e consistem de tipos como linhas T-1 e T-3. São bastante caras e suas finalidades bastante específicas. Em geral, são demandadas por grandes usuários que necessitam de alta capacidade em suas redes ou interligam locais de operação geograficamente distantes.¹²

13. O acesso dedicado pode ser oferecido diretamente por um provedor de “backbone” a uma empresa ou a outro provedor de acesso a Internet. Por sua vez, este provedor de acesso à Internet pode revender parte da capacidade contratada na forma de acesso dedicado a

¹⁰ A tecnologia ADSL - *Asymmetrical Digital Subscriber Line* é uma tecnologia que compartilha o mesmo par de fios de cobre usado pela linha telefônica residencial ou comercial até a central telefônica mais próxima, para trafegar dados e voz simultaneamente, sem interferência nos serviços. Com o ADSL o computador pode ficar conectado permanentemente à Internet. A velocidade de conexão (256,768 ou 1540 Kbps) também é maior.

¹¹ Prestação dos serviços por linha dedicada é definida pela norma n.º 09/95, aprovada pela Portaria n.º 285 de 29 de novembro de 1995, do Ministério das Comunicações, como circuito, parte de rede pública de telecomunicações, destinado à exploração de serviço limitado ou de serviço especial de telecomunicações.

¹² Por exemplo, um canal T-1 suporta velocidades de transmissão de dados de até 1,544 Mbps (a unidade Mega bits por segundo indica a velocidade que os dados são transferidos de um ponto a outro).

outras empresas e outros provedores, que podem ainda fazer o mesmo. Dependendo da capacidade contratada originalmente ao provedor de backbone, a cada intermediação, por motivos técnicos, a qualidade do serviço é afetada.

14. O valor cobrado pela conexão é fixo e mensal, afetado primordialmente pela distância entre os pontos conectados e pela capacidade de transmissão de dados contratada. Muitas empresas e indivíduos têm migrado para a utilização de linhas dedicadas, sobretudo quando o uso da Internet é intensivo, pois as mesmas permitem taxas de transmissão de dados maiores e têm, nestes casos, melhor relação custo-benefício.¹³

15. Comercialização de espaço para publicidade virtual. O objetivo primordial da publicidade é “fornecer instrumentos de marketing para que seus clientes atinjam seus mercados consumidores, por meio de divulgação de seus produtos, da valorização e da diferenciação de suas marcas”.¹⁴ A publicidade pode ser veiculada em diversas mídias, entre as quais, a televisão, o rádio, revistas, jornais, *outdoors*, guias e, recentemente, na *Internet*, que tem-se tornado cada vez mais um meio de comunicação poderoso. A publicidade pode ser tanto direcional – aquela em que o consumidor assume posição ativa na busca de informações sobre o produto ou serviço – ou criativa – que atinge o consumidor com o intuito de persuadi-lo quanto a qualidade de produtos e serviços e conquistá-lo como cliente do anunciante. Nesse sentido, a publicidade virtual é tanto criativa quanto direcional. A diferença entre o espaço (meio) disponibilizado na Internet e os veículos tradicionais é a interatividade. Os *banners* e outras formas assumidas pela publicidade virtual possibilitam a transferência do usuário da Internet a outras páginas complementares do produto ou serviço desejado, inclusive com a possibilidade de se efetuar uma transação comercial a partir da publicidade encontrada.

16. Em face das dificuldades de se obter informações precisas quanto a sua substitutibilidade e com a ressalva de que se trata de um mercado em processo de consolidação, a venda de espaço para publicidade na Internet é considerada sem substitutos,

¹³ Definições extraídas da página de referência sobre a Internet <http://www.pcwebopaedia.com/>.

¹⁴ Definição extraída do parecer referente Ato de Concentração n.º 08012.002266/99-46 de interesse das empresas Hebdo Mag Brasil Holding Ltda. e Editora Balcão Ltda. (D.O.U. 23/12/1999).

preferindo-se uma definição de mercado de produto mais restrita.

17. Registro de domínios. A Fundação de Auxílio à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)¹⁵ é a instituição que, no Brasil, administra os serviços de registro, manutenção e publicação de domínios na Internet, sob o domínio “.br”, a empresas, instituições e pessoas legalmente estabelecidas no país.¹⁶ O registro de um domínio pode ser feito diretamente pelo usuário com a FAPESP. Quando efetuado por meio de provedores de acesso à Internet, em geral, o serviço consiste na intermediação da tarefa de junto ao órgão responsável. O provedor cobra uma comissão do usuário e se incumbem de tratar de trâmites legais e fazer pagamentos ao órgão responsável. Não há substituto para o registro de domínios brasileiros pela natureza do próprio serviço.

18. Os mercados de produtos são, portanto, **o provimento de acesso à Internet via linha discada, o provimento de acesso à Internet via conexão dedicada, a comercialização de espaço para publicidade virtual e o serviço registro de domínios.**

3.2 Dimensão Geográfica

19. No acesso discado, o usuário conecta-se por meio de uma ligação telefônica ao provedor de acesso que, por sua vez, está conectado ao backbone da Internet. Se usuário e provedor estiverem próximos, localizados no mesmo degrau tarifário (distância geodésica¹⁷), a tarifa telefônica cobrada é local.

¹⁵ O Comitê Gestor Internet do Brasil, criado pela Portaria Interministerial MC/MCT 147/95, publicada no D.O.U de 31 de maio de 1995, delegou competência para a realização do serviço de Registro .BR, através da Resolução 001 de 15 de abril de 1998, publicada no D.O.U de 21 de maio de 1998, à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, com sede social e foro na cidade de São Paulo, estado de São Paulo, à Rua Pio XI, 1500, Alto da Lapa, CEP 05468-901, inscrita no CNPJ/MF sob o número 043.828.151/0001-45 (<http://registro.br/acordo/acordo.html>).

¹⁶ *Domínio*, segundo a FAPESP, “é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na Internet. O nome de domínio foi concebido com o objetivo de facilitar a memorização dos endereços de computadores na Internet. Sem ele, teríamos que memorizar uma seqüência grande de números” (<http://registro.br/faq/faq1.html#1>).

¹⁷ O cálculo da distância geodésica tem por base a distância entre os centros de áreas de tarifação do serviço telefônico público das respectivas áreas locais onde situam-se os locais de instalação determinados pela entidade solicitante (Norma n.º 30/96, aprovada pela Portaria do Ministério da Comunicações n.º 2506 de 20 de dezembro 1996).

20. No acesso dedicado ainda que não haja discagem, o valor fixo cobrado pelo serviço de conexão também depende da distância entre provedor e usuário. Da mesma forma, se estes estiverem dentro do mesmo degrau tarifário, o preço pelo serviço é menor.

21. Embora o mercado de acesso de provedores de Internet esteja sendo progressivamente dominado por empresas de porte nacional, é necessário que essas se estabeleçam localmente, por meio de filiais, franquias, instalação de pontos de presença¹⁸ ou aquisição de infra-estrutura de telefonia da empresa de telecomunicações local, a fim de que seus usuários possam pagar tarifas locais. Sendo assim, tanto para o segmento de **acesso à Internet via linha discada, quanto para o acesso dedicado, considera-se como mercado relevante geográfico as cidades onde atuam as empresas prestadoras desses serviços (mercado local).**

22. Dessa forma, considerando que a Terra (adquirente) não atuava nas cidades de Macaé e Campos dos Goytacazes, nos mercados de provimento de acesso discado e dedicado à Internet, antes da operação, **não há interseção com a área de atuação da Net Rio** (adquirida).

23. Definições de mercados geográficos para os segmentos de espaço para publicidade virtual e hospedagem de páginas virtuais são complexas, tanto devido à natureza desses serviços quanto a seus estágios de desenvolvimento incipientes.¹⁹ Em princípio, pode-se argumentar que a Internet seja uma rede de alcance mundial e, portanto, considerar a oferta de espaço para publicidade virtual, o comércio eletrônico e a hospedagem de páginas como mercados geográficos mundiais. Entretanto, é importante que se faça ponderações e que as definições sejam as mais restritivas possíveis, tanto pela escassez de dados que comprovem haver um número importante de empresas que busquem fornecedores desses serviços no exterior, quanto pelos custos de transação associados a transações internacionais. Vale

¹⁸ Ver nota N.º 5.

¹⁹ O impacto da nova economia da Internet sobre as políticas antitruste tem sido objeto de debates e de indefinições não apenas no Brasil mas também nos EUA. Ver BALTO, D. "Emerging Antitrust Issues em Electronic Commerce", Antitrust Institute. Bureau of Competition, Federal Trade Commission, 1999.; SWINDLE, O. "Cyberspace and the FTC: Some Current Matters of Interest" Federal Trade Commission, July, 26, 1999; KLEIN, J. "The Importance of Antitrust Enforcement in the New Economy". US Department of Justice. January 29, 1998.

ênfatizar que, para fins comerciais, o tomador de preço (demandante) desses serviços não é o usuário individual da Internet²⁰, mas sim o usuário corporativo.

24. Para o segmento de espaço para publicidade virtual, o mercado relevante geográfico a ser considerado **pode ser local ou nacional**, de acordo com o perfil e com a região do usuário que o anunciante quer atingir. Marcas nacionais (comercializadas em todo o país) de anunciantes nacionais tendem a concentrar seus anúncios em páginas visitadas por um público extenso, nos chamados “portais nacionais”. Marcas regionais (comercializadas regionalmente) buscam anunciar em páginas visitadas por um público específico, nos chamados “portais locais ou regionais”. Há também possibilidades técnicas para se anunciar em páginas até do exterior, mas, novamente, faltam dados que comprovem essa prática e, portanto, como já apontado anteriormente, pela boa prática antitruste, opta-se por uma definição mais restrita do mercado. Dado que os clientes da Net Rio são predominantemente empresas locais, que almejam sobretudo consumidores dos mercados restritos às cidades de Macaé e Campos dos Goytacazes, e que a demanda de espaço publicitário no portal Terra provém de todo território nacional, pode-se afirmar que **há interseção com a área de atuação da Net Rio nos mercados geográficos restritos às cidades de Macaé e Campos dos Goytacazes**.

25. O mercado geográfico do serviço de registro de domínios será considerado **nacional**. O serviço pode ser contratado a qualquer empresa situada no território nacional, inclusive diretamente à FAPESP, sem maiores custos ou dificuldades. Poder-se-ia dizer também que usuários desse serviço poderiam contratá-los de empresas situadas fora do território nacional. No entanto, por cautela e por razões que se assemelham às expostas para os mercados de venda de espaço publicitário na Internet, opta-se pela definição de mercado geográfico mais restrita. Tendo em vista que as requerentes ofertavam esse serviço a seus clientes antes da operação, **o mercado geográfico será considerado o território nacional**.

²⁰ Para indivíduos, o serviço de hospedagem de páginas virtuais é, em geral, ofertado como componente do plano pago a um provedor de acesso. Há também inúmeros *sites* onde se pode hospedar páginas gratuitamente, desde que se atenda a exigências comerciais da empresa ofertante (como *banners* publicitários inseridos por patrocinadores) e se respeite um limite de espaço utilizado.

26. Portanto, os **mercados relevantes da análise são o mercado local de comercialização de espaço para publicidade virtual e o mercado nacional de serviço de registro de domínios.**

4. Considerações Sobre a Operação

27. Considerando o baixo faturamento anual obtido pela empresa adquirida nos mercados relevantes da operação (o montante em 2000 soma cerca de R\$ 12.000,00), em qualquer hipótese, mesmo sem os dados de participação de mercado para esses serviços, não se considera provável o exercício individual nem coordenado de poder de mercado da empresa resultante da transação.

28. Considerando também que o faturamento da Net Rio (adquirida) em 2000 foi majoritariamente obtido com o provimento de acesso discado e dedicado à Internet (cerca de 90%) e que a Terra (adquirente) não atuava nesses mercados nas localidades de Macaé e Campos dos Goytacazes, antes da operação, pode-se afirmar que a aquisição analisada constitui-se em uma troca de agentes econômicos, sem indícios de impacto negativo à concorrência.

5. Recomendação

29. Diante do exposto, sugere-se que a operação seja aprovada sem restrições.

À apreciação superior.

LUÍS HENRIQUE D'ANDREA
Coordenador

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico