



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer n.º 221 COGSE/ SEAE/ MF

Brasília, 20 de Junho de 2001.

Referência: Ofício MJ/ SDE/ GAB n.º 632, de 14 de fevereiro de 2001.

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.00860/2001-13

Requentes: BRADESPAR S.A.; LN PARTICIPAÇÕES LTDA.; LATIN NETWORKS, BV e ALFA, S. A. de C.V..

Operação: Constituição de “*joint venture*” entre a Bradespar e a LN Participações para criação da Latin Networks .

Recomendação: Aprovar 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 isso, 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 do 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 parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas BRADESPAR S.A., LN PARTICIPAÇÕES LTDA., LATIN NETWORK HOLDINGS, BV e ALFA, S.A. DE C.V., conforme estabelecido no Art. 54 da Lei n.º 8.884/94.

I – DAS REQUERENTES

I.1 – Requerente I

01. A **Bradespar S.A.** é sociedade anônima *holding* sem atividades operacionais, de nacionalidade brasileira, com sede em São Paulo – SP. Pertence ao grupo Nova Cidade de Deus (Bradesco). O grupo Nova Cidade de Deus atua diretamente, ou tem participação acionária em empresas, em diversos segmentos econômicos mas suas atividades principais são serviços financeiros e bancos comerciais privados.

02. O capital social da Bradespar está assim constituído:

Quadro 01 - Composição Acionária Bradespar

	Ordinárias		Preferenciais		Total	
Grupo Controlador*	511.543.974.124	66,72%	25.141.208.998	3,39%	536.685.183.122	35,61%
Grupo Espírito Santo	82.755.444.723	10,79%	155.903.846.886	21,05%	238.659.291.609	15,83%
Outros	172.353.764.161	22,48%	559.583.761.590	75,65%	731.937.525.751	48,56%
Total	766.653.183.008	100,00%	740.628.817.474	100,00%	1.507.282.000.482	100,00%

Fonte: www.bradespar.com.br

03. Mencione-se que o grupo português Espírito Santo, com atuação no Brasil nos setores financeiro, de serviços e de *agribusines*, no primeiro aumento de capital ingressou no capital social da Bradespar adquirindo, para si e/ou para outros investidores por ele representados e/ou empresas por ele controladas ou administradas, 15,83% do capital votante da Bradespar.

04. As requerentes não informaram o faturamento da Bradespar, pois trata-se de empresa recentemente constituída, e mencionam ainda que o resultado operacional de 2000 ainda está em fase de contabilização. O faturamento (resultado operacional) no Brasil do grupo Nova Cidade de Deus em no exercício de 1999 foi R\$ 1.164.825.000,00.

I.2 – Requerente II

05. A **LN Participações Ltda.** (LNPar) é uma companhia *holding* brasileira, sem atividades operacionais, com sede em São Paulo – SP. A LNPar faz parte do grupo Votorantim, conglomerado com atividades em diversos setores econômicos tais como:

agrícola, indústria de bebidas, indústria de papel e celulose, indústria de cimento e cal, indústria metalúrgica, serviços de infra-estrutura, além serviços financeiros.

06. A LNPar é sociedade *holding* recentemente criada e seu capital social, em vias de consolidação, é composto pela Votorantin Venture Capital Ltda., braço do grupo Votorantim para novos negócios entre os quais aqueles relacionados à Internet, e a Bradespar S.A.. Por se tratar de empresa recentemente constituída não foi fornecido o faturamento da LNPar . O faturamento da totalidade das empresas integrantes do Grupo Votorantim no Brasil em 1999 foi R\$ 5.209.321.000,00.

I.3 – Requerentes III e IV

07. A **Latin Network Holding – BV** é empresa *holding* holandesa, cujo capital social (99,99%) pertence à CemexNet S.A. de CV, empresa mexicana participante do Grupo Cemex, também de nacionalidade mexicana. A CemexNet faz parte do braço de comércio eletrônico do grupo Cemex, conglomerado que possui participações em diversos negócios, entre os quais indústria de produtos minerais e não-metálicos (cimento, cal, concreto). A totalidade das empresas do grupo Cemex faturou US\$ 4.827.900.000,00 em 1999 e não foi fornecido o faturamento em separado da Latin Network por se tratar de empresa *holding* recentemente criada.

08. A **Alfa S. A. de C.V.**, por sua vez, é sociedade *holding* mexicana cujas ações estão listadas na bolsa de valores mexicana. Pertence ao Grupo Alfa, conglomerado de nacionalidade mexicana com participações em setores de indústria alimentícia, química, petroquímica, metalúrgica, automobilística, transporte e telecomunicações. A totalidade das empresas do Grupo Alfa faturou US\$ 4.056.000.000,00 em 1999. Esse faturamento diz respeito a atividades no México e no mundo. O Grupo Alfa não atua no Brasil. Assim como as demais requerentes dessa operação, a Alfa, por se tratar de empresa *holding* recentemente criada, não apresentou faturamento em 1999.

II – DA OPERAÇÃO

09. A operação trata-se do estabelecimento de “*joint venture*” entre as Requerentes Bradespar e LNPar para a criação da empresa **Latinexus Brasil Ltda.**(Latinexus Brasil). A Latinexus Brasil criará, manterá e explorará um portal voltado para o “e-

business”, especializado em compra de materiais indiretos para as mais diversas empresas.

10. A operação foi efetuada em 22 de janeiro de 2001 e envolveu o montante de R\$ 5.000.000,00, que corresponde ao valor de subscrição das ações não integralizado até o momento. Após o negócio efetuado a LNPar e a Bradespar ficaram cada uma com 2.500.000 quotas no valor e de R\$ 2.500.000,00 da empresa Latinexus. O montante total do capital social deverá ser integralizado em um prazo de 24 meses contados desta data, em bens ou dinheiro em uma ou mais parcelas.

11. Mencione-se que as Requerentes Latin Network e Alfa não são sócias da Latinexus Brasil. A participação dessas empresas na atual operação deve-se ao fato de que, futuramente, será constituída uma empresa *holding* na Holanda, na qual todos os requerentes (Bradespar, LNPar, Latin Network e Alfa) serão sócios e a entrada de Bradespar e LNPar nesse negócio será feita por meio de integralização de quotas da Latinexus Brasil. Além do mais, os procuradores informaram que a Alfa não possui participação em empresas brasileiras e a Latin Network possui participação apenas em uma empresa de comércio eletrônico de nome Mlab¹. Por se tratarem de empresas *holding*, com participações em diversos negócios, tanto a Latin Network quanto a Alfa atuam em *e-business* no México, todavia, *ênfatize-se*, não possuem atuação relevante no Brasil.

III – DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

12. Nessa operação entende-se que o mercado relevante de produto é o de **portal para comércio eletrônico em compras indiretas**² (portais MRO). Esse segmento é uma variante de *e-business* no qual empresas transacionam pela Internet diversos produtos e serviços, que não guardam relação direta com o seu negócio principal. Trata-

¹ Resposta ao ofício n.º 1061/COGSE/SEAE/MF. A Mlab Holdings Inc. (www.mlab.com.br) é empresa brasileira de soluções de Internet (*webdesign*). Foi adquirida pela Neoris, IV, empresa holandesa do Grupo Cemex, em 2000. A operação encontra-se em análise pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

² Uma variável chave para se caracterizar adequadamente as atividades de um portal de comércio eletrônico, principalmente na modalidade de portais verticais, é saber se os seus proprietários participam do segmento de atividade econômica desenvolvida no portal. Neste caso, eles podem participar diretamente das transações, seja como compradores, seja como vendedores. Quando os proprietários do portal não participam do segmento, podem auferir faturamento a partir da cobrança de taxas das

se do comércio de produtos e serviços utilizados não na atividade fim da empresa e sim nas atividades meio. Entre esses produtos e serviços encontram-se, por exemplo, material de escritório e informática, computadores, passagens aéreas, compra de materiais de limpeza, contratação de equipes de limpeza e manutenção etc. Esse mercado vem sendo conhecido pela sigla **MRO**³, que em português significa **Manutenção, Reparos e Operações**. Trata-se, portanto, de um negócio *B2B* em que o principal serviço é a oferta de informações sobre compra e venda de produtos e serviços indiretos, proporcionando aos clientes um espaço “virtual” para concretização de negócios efetivamente. Nesse segmento, assim como em outros segmentos de *B2B*, o objetivo principal das empresas é adotar processos mais eficientes e diminuir os custos de transação⁴.

13. O comércio eletrônico permite a um usuário da Internet efetuar uma transação comercial via rede. Produtos ou serviços são oferecidos em páginas da Internet e, se finalizada a transação, o pagamento pode se dar de diversas formas, dentre as quais a mais comum é o fornecimento de um número de cartão de crédito. A transação é processada e o bem é enviado posteriormente por um serviço de entregas ou, no caso de produtos digitalizados (como por exemplo, programas de computador), via rede (transmissão de arquivos ou “download”). Pode-se dividir o comércio virtual em “*business to consumers*” (“*B to C*”) ou “*business to business*” (“*B to B*”). No primeiro, a relação comercial ocorre entre um indivíduo e uma empresa que disponibilizou o bem na Internet. No segundo, a transação ocorre entre duas empresas.

14. Conforme discutido em parecer anterior desta Seae⁵, há que se saber se o comércio eletrônico cria um **novo mercado** ou pode ser tratado apenas como um **novo canal de comercialização**. Tal discussão é apenas superficialmente nova, já que

transações efetuadas por terceiros. Nesta operação, as requerentes não participam do segmento de vendas indiretas.

3 Essa atividade também tem sido conhecida como “e-procurement” - cotação e compra on-line de insumos -, ou seja, “aplicações para a gestão de compras da empresa via Internet. Automatização do processo de aquisição de produtos e serviço, desde a solicitação até o pagamento” Definição extraída de portal de MRO www.adquira.com.br.

⁴ Em resposta ao Ofício n.º 1601 COGSE/SEAE/MF, a empresa concorrente Mercado Eletrônico citou estudos da consultoria *Accenture e Bain & Company*. Esta estimou que o “processo de aquisição de materiais pode ter seu custo reduzido em 60-70% devido a menores despesas de pessoal, telefonia, fax e aumento da transparência do processo. O custo final do produto comprado costuma ter uma redução média de 15%”.

conceitualmente este é um problema dos mais tradicionais colocados às autoridades de defesa da concorrência em todo o mundo. O problema é análogo àquele encontrado no tocante à distinção possível entre vendas no varejo e vendas por catálogo, ou supermercados e pequenas mercearias. Trata-se na verdade de um problema que exige, no limite, verificação empírica, recorrendo-se a pesquisas para verificar se os consumidores possuem uma percepção diferenciada das diferentes formas de comercialização, ou análises econométricas que permitam entender se estas formas de comercialização se comportam como se fossem mercados distintos ou não⁶. Portanto é uma questão que exige uma análise caso-a-caso, pelo menos até que as características gerais do comércio eletrônico estejam melhor entendidas⁷. A escassez de dados no que diz respeito ao uso do comércio eletrônico no Brasil, e das condições de substitubilidade entre o comércio eletrônico e os canais tradicionais de comercialização, leva esta SEAE a adotar uma definição mais restritiva, e considerar o comércio eletrônico como um novo mercado, separadamente dos canais tradicionais.

15. Poder-se-ia considerar como outro mercado relevante de produto envolvido também o **espaço para publicidade virtual (publicidade virtual)**. Esta Seae, entretanto, entende que no atual estágio o portal Latinexus (www.latinexus.com.br) não oferece espaço publicitário para empresas que não pertençam aos grupos participantes do negócio. Portanto não existe ainda a comercialização do espaço publicitário virtual⁸.

16. Em suma o mercado relevante de produto da operação é **comércio eletrônico em compras indiretas (portal MRO)**.

III.2 Mercado Relevante Geográfico

17. O mercado relevante geográfico é a área geográfica para qual a venda dos produtos/serviços, definidos no mercado relevante do produto, é economicamente

5 Ver Parecer n.º 156, de 20/04/2001, sobre o Ato de concentração n.º 08012.005582/2000-00 cujas requerentes foram BTOB Factory Ventures, S.A. BTOBEN MG S.A. e BTOBEN.COM do Brasil Ltda

6 Como por exemplo foi feito pela FTC norte-americana, em outro contexto mas com intuito semelhante, no caso da tentativa de fusão entre Staples e Office Depot, onde se verificou por uma análise econométrica dos preços que as megastores de material de escritório de fato se constituem como um serviço distinto daquele oferecido pelas pequenas lojas, tais como papelarias.

7 Cf. o FTC Staff Report on B2B commerce, 2000

8 Para uma notícia mais detalhada sobre o mercado de “publicidade virtual” ver Parecer n.º 487/COGSE/SEAE/MF, em que as partes são PT Multimídia.Com, Serviços de Acesso à Internet, SGPS, S/A e Gazeta Mercantil S/A.

viável⁹. Ademais, define-se o mercado relevante geográfico como a menor área geográfica necessária para que um suposto monopolista hipotético esteja em condições de impor um “pequeno porém significativo e não transitório” aumento de preços.

18. Costuma-se colocar os mercados relacionados à Internet como de alcance internacional, pois sendo a rede um meio de comunicação mundial, os produtos e serviços transacionados por este meio podem atingir consumidores em vários lugares do mundo. Entretanto, existem custos de transação relacionados às operações internacionais do “*e-business*”, como a barreira do idioma e a questão da logística de distribuição¹⁰ dos produtos, sobretudo aqueles não digitalizados, o que impõe dificuldades para os “portais”.

19. Nessa operação, as empresas pretendem utilizar-se do portal localizam-se no Brasil. O mercado geográfico dessa operação é, portanto, nacional.

IV - RECOMENDAÇÃO.

20. A operação em análise não sugere prejuízos à concorrência. Em primeiro lugar trata-se apenas de “*joint venture*” efetuada entre duas empresas *holding* recentemente constituídas que não atuam no segmento de portais para compras indiretas. Não há que se falar em probabilidade de exercício de poder de mercado, pois não existem relações horizontais entre as duas empresas.

21. Por outro lado, o Grupo Cidade de Deus, proprietário da Bradespar, e o Grupo Votorantim, proprietário da LNPar, são grandes conglomerados com atuação em diversos setores da economia, inclusive em segmentos que envolvem comércio eletrônico. Todavia, o fato de atuarem em segmentos de comércio eletrônico, não configura em ameaça à concorrência, dado que ambos não atuam no segmento *B2B* desta operação. Ademais, mencione-se que os controladores da Latinexus, são as *holdings* Bradespar e LNPar, de modo que influência das demais empresas dos Grupos Votorantim e Cidade de Deus na Latinexus é reduzida.

⁹ Definição dada pelo Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração.

22. Em relação à estrutura do mercado, as requerentes informaram em resposta à esta Seae¹¹ que o mercado de portais de comércio eletrônico para vendas indiretas (portais MRO) encontra-se em franco processo de formação com a entrada de várias empresas como: Assista, Adquira(www.adquira.com.br); Agrega (www.agrega.com.br); Mercado Eletrônico (www.mercadoeletronico.com.br). Além destas, empresas já tradicionais do setor de Internet como a Embratel, com o BcomB (www.bcomb.com.br), a Promom – IP, com o Bidare (www.bidare.com.br), estão explorando o mercado de portais MRO. Adicionalmente, informaram que uma *joint venture* entre a Portugal Telecom e o Unibanco, denominado “TradeCom” está em vias de implantação e que o Banco Santander possui um projeto nessa área. Informaram, todavia que, dado o atual estágio de desenvolvimento das empresas, muitas em fase pré-operacional, não foi possível estimar o *market share* do setor. Consultados alguns destes concorrentes, estes firmaram que o mercado B2B brasileiro tem potencial de crescimento pois está em estágio inicial e, portanto, a operação não configura em prejuízo concorrencial.¹²

23. É forçoso notar que um dos principais pontos na análise de portais tem sido a preocupação de integração vertical. Não é esse o caso na atual operação, as empresas Bradespar e LNPar não ofertam os produtos e serviços que serão transacionados pelo portal Latinexus. Os grupos Cidade de Deus e Votorantim participam de diversos segmentos econômicos mas não ofertam especificamente materiais de escritório, materiais de limpeza, de informática e tampouco serviços como limpeza e manutenção, entre outros.

24. Finalmente, a Latinexus é uma nova empresa participante em um mercado novo, cuja organização industrial encontra-se ainda passível de muitas modificações. Por essas razões o presente ato de concentração não sugere efeitos danosos à concorrência.

25. Diante do exposto sugere-se aprovação do ato.

¹⁰ Ver sobre esse assunto “ Distribution dilemmas – Can the web merchants deliver goods” *Survey E-Commerce, op cit.*.

¹¹ Resposta ao ofício n.º 685 COGSE/SEAE/MF.

¹² Resposta aos ofícios n.º 1601 e 1728 COGSE/SEAE/MF.

À consideração superior.

GLAUCO AVELINO SAMPAIO OLIVEIRA
Assistente Técnico

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico