



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 352 COGSE/SEAE/MF

Brasília, 03 de setembro de 2001.

Referência: Ofício nº 6.678/00/SDE/GAB, de 29 de dezembro de 2000.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO nº
08012.007121/2000-63

Requerentes: Texgrafia NV e outros.

Operação: transferência do controle acionário da
empresa MLab S.A. para a empresa Texgrafia NV,
diretamente, e para o Grupo Cemex, indiretamente.

Recomendação: A operação é passível de
aprovação, do ponto de vista da concorrência.

Versão: Pública

O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei nº 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 nº 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração de interesse das empresas Companhia Brasileira de Distribuição e Companhia Zeus de Alimentos.

1- DAS REQUERENTES

2. **TEXGRAFIA NV** é uma empresa de participação não operacional, holandesa, sediada em Amsterdam. A empresa não obteve faturamento em 1999, tendo em vista ter sido constituída posteriormente a esse ano. Seu capital social se encontra pulverizado da seguinte forma:

QUADRO 01 – COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DE TEXGRAFIA NV (antes da operação)

Acionista	% de Participação
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)

Fonte: Requerentes

3. **TEXGRAFIA NV** pertence ao grupo de origem mexicana **CEMEX**, cujas atividades se estendem por mais de 30 países, além de manter relações comerciais em mais de 60 países. Através de suas subsidiárias, o Grupo Cemex atua na produção, distribuição, *marketing* e venda de cimentos, misturas de concreto, clínquer e agregados. Recentemente, o Grupo Cemex passou a prestar também serviços relativos a *e-business*, com a aquisição no Brasil, em 2000, das seguintes empresas: Amtec.net do Brasil e Construbid.com Sistemas S.A. O faturamento do grupo, em 1999, se encontra a seguir especificado:

QUADRO 2 – FATURAMENTO DO GRUPO CEMEX EM 1999:

	Faturamento em 1999
Brasil	(...)
Mercosul	(...)
Mundo	(...)

Fonte: Requerentes

4. **MLAB S.A.** é uma empresa brasileira, sediada no Rio de Janeiro (RJ), não pertencente a nenhum grupo societário. Seu faturamento no Brasil, no exercício de 1999, foi de(...), (...). A empresa presta serviços de consultoria em Internet (*e-consulting*), projeto de páginas eletrônicas (*web design*) e integração de sistemas.

5. O capital social da empresa MLAB S.A. encontra-se distribuído da seguinte forma:

QUADRO 3 – Composição do capital social da empresa MLAB S.A:

Acionista	Capital Social Total (%)	Ordinárias (%)	Preferenciais Série A (%)	Preferenciais Série S (%)
(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)	(...)	(...)

Fonte: Requerentes

6. Sobre a empresa **LATINTECH CAPITAL S.A.**, acionista da empresa MLAB S.A., observa-se ser essa uma *holding* do grupo Globalvest Investment Fund, LDC. Seu capital social se encontra distribuído entre as empresas (...), com (...)% de participação e (...), com (...)% . De acordo com as Requerentes, Latintech Capital S.A. não obteve faturamento em 1999, por tratar-se de uma *holding*. Dessa forma, foi apresentado o patrimônio líquido da companhia em 31 de dezembro de 1999, no valor de (...).

7. O grupo Globalvest Investmnet Fund, segundo as Requerentes, está sediado nas Ilhas Cayman e “atua na administração de recursos de terceiros através de investimentos em: (i) ações de companhia abertas; (ii) cotas de *private equity funds*, *venture capital* e renda

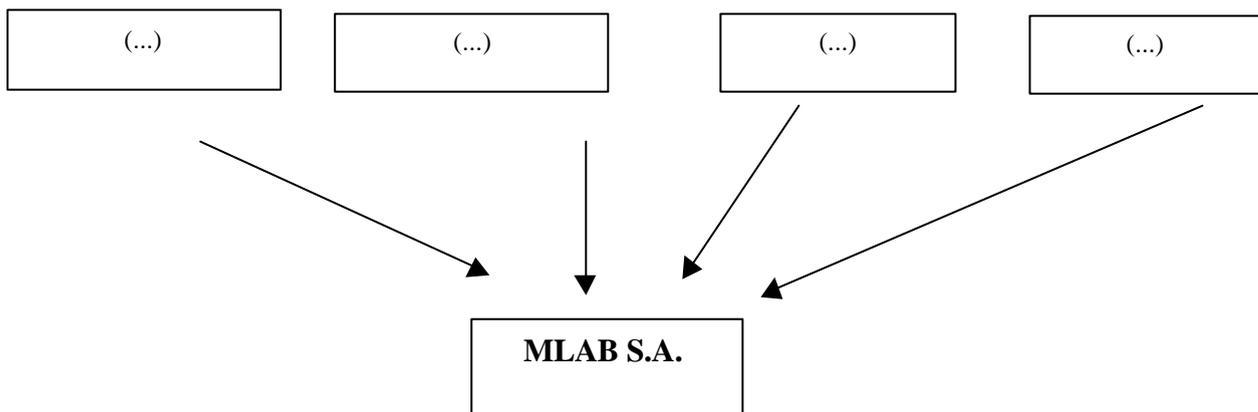
fixa, configurando a atividade que hoje se conhece mundialmente por *asset management*, ou administração de recursos de terceiros por parte de sociedades não financeiras. O grupo também oferece serviços de administração e consultoria de investimentos.” O faturamento do grupo, no exercício de exercício de 1999, no Brasil, foi de (...)¹ e no mundo, de (...).

2- DA OPERAÇÃO

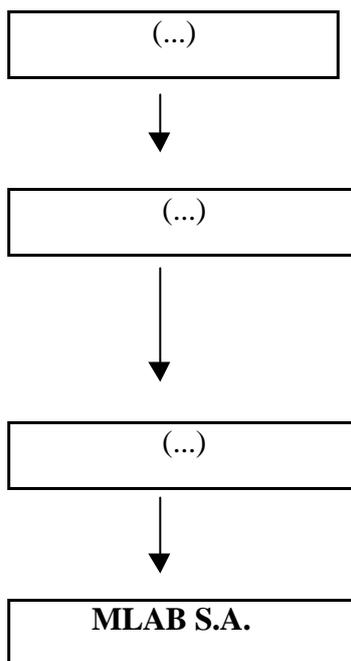
8. A operação em análise, no Brasil, refletirá na transferência do controle acionário da empresa MLab, que passará a ser controlada, indiretamente, pelo Grupo Cemex e diretamente pela empresa Texgrafia. Para tanto, foi firmado, em 11 de Dezembro de 2000, o “*Share Purchase and Contribution Agreement*”, no qual (...).

9. A seguir, encontra-se o organograma da empresa adquirida MLab S.A., antes e depois da presente operação:

Antes da operação:



¹ Valor correspondente aos investimentos alocados no Brasil em 31/12/1999.

Depois da operação:

10. As Requerentes informaram não haver ativos relevantes envolvidos na operação, visto tratar-se de uma transação de compra e venda de ações. Informaram, ainda, que os acionistas da MLab S.A (“Vendedores”) receberão (...), referente à venda da MLab S.A., além de (...).

11. A operação ocorreu simultaneamente no Brasil e na Holanda, tendo sido apresentada ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência em 29/12/2000, visto que o faturamento mundial do Grupo Cemex superou o limite de R\$ 400.000.000,00 (quatrocentos milhões de reais), estabelecido pelo art. 54, da Lei nº 8.884/94. Ressalte-se, também, que a presente operação deverá ser apresentada às jurisdições da Holanda e do México.

3 - DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE**3.1. Mercado relevante do produto**

12. Para a definição do mercado relevante do produto, torna-se necessária a identificação dos serviços em que há sobreposição da atuação das empresas envolvidas na operação. De acordo com as Requerentes, o Grupo Cemex atua no mercado brasileiro de *e-business* por meio da empresa “Amtec.net do Brasil Ltda, que fornece serviços profissionais digitais e serviços de consultoria digital” e da empresa Construbid.com Sistemas Ltda., fornecedora de “serviços de intermediação de produtos, equipamentos e serviços para as áreas de Engenharia, Arquitetura e Construção”. Por sua vez, a empresa adquirida “MLAB S.A.

também presta serviços profissionais digitais (*e-business*) e consultoria digital em Internet (*e-consulting*).” Diante disso, as Requerentes definiram o mercado relevante do produto como sendo “o de Serviços de Consultoria em Internet e Serviços Profissionais Digitais (*e-business*).”

13. Dúvidas em relação à abrangência do mercado sugerido pelas Requerentes levaram esta Seae a enviar ofícios para alguns clientes² das empresas em que se verificavam relações horizontais entre as Requerentes: Amtec.net do Brasil Ltda e MLab S.A. Nesses ofícios, foi questionado se seria possível/provável que a empresa cliente, ao demandar serviços de criação, construção e implementação de *websites*, portais, páginas eletrônicas, etc, e serviços de consultoria em *e-business*, o fizesse por intermédio de duas empresas distintas, tendo as respostas a essa questão sido afirmativas.

14. Diante disso, novo ofício foi enviado, dessa vez para as Requerentes (of. nº 763 COGSE/SEAE/MF, de 12/03/01), no qual eram solicitados os motivos que justificariam a não-segmentação do mercado do produto em : (i) serviços de consultoria em *e-business*; (ii) serviços de criação, construção e implementação de *websites*, portais, etc. As Requerentes explicitaram não ser possível, no entanto, separar tais atividades. Para melhor entendimento da questão, foram descritos pelas Requerentes os três módulos principais constituintes de um processo de criação de um *website*. Cada um desses módulos representaria um mercado relevante distinto, sendo o item (c) abaixo descrito aquele que corresponderia à definição de mercado do produto proposto pelas Requerentes:

- a) “Consultoria Não Digital” ou “Consultoria e Entendimento de um Projeto”: etapa em que se analisa a viabilidade de implementação de um processo de vendas pela Internet;
- b) Criação e desenvolvimento de ferramentas necessárias para a implementação do projeto do item (a);
- c) Elaboração das soluções tecnológicas para *e-business*, com a efetiva construção do *website*, além da prestação de consultoria para adaptação e compatibilização das etapas descritas nos itens (a) e (b). Tal tipo de consultoria é conhecida como “consultoria em *e-business*” ou “consultoria digital” e está diretamente relacionada aos serviços de soluções tecnológicas.

15. Observa-se, pelas definições acima, que a “consultoria digital” se encontra, efetivamente, no mesmo mercado relevante do produto daquele em que se situam os serviços de criação, construção e implementação de *websites*, portais, etc, fato que não ocorre com a “consultoria não digital”. Corrobora tal hipótese a resposta dos concorrentes das empresas MLab S.A. e Amtec.net do Brasil Ltda aos ofícios enviados por essa Seae³, afirmando prestar tanto o serviço de construção de *websites*, quanto o serviço de consultoria em *e-business*.

16. Diante disso, conclui-se que o mercado relevante do produto é definido como o de serviços de criação, implementação e desenvolvimento de *websites*.

3.2.- Mercado relevante geográfico

17. A rigor, o mercado relevante, em sua dimensão geográfica, é determinado em termos da área geográfica para qual a venda dos produtos/serviços, definidos no mercado relevante do produto, é economicamente viável⁴. Mais especificamente, o mercado relevante geográfico deve ser definido 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. Observa-se que inúmeras empresas prestadoras dos serviços definidos no mercado relevante do produto são estrangeiras, o que poderia sugerir que o mercado geográfico considerado fosse mundial. No entanto, os seguintes aspectos levam a crer que o mercado seja nacional:

- (i) observa-se que existe um grande número de filiais brasileiras das empresas estrangeiras. Tal fato está estritamente relacionado, dentre outros motivos, à barreira imposta por um idioma estrangeiro e às dificuldades que uma empresa no exterior encontra para prestar assessoria a seus clientes brasileiros;
- (ii) adicionalmente, há que se ressaltar uma questão de ordem cultural, que diz respeito ao conhecimento, só detido por empresas brasileiras, da linguagem e da dinâmica do mercado nacional e de seus consumidores.

4 - POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

² São eles: (...).Ambos os ofícios têm data de 09 de janeiro de 2001.

³ V. (...)

⁴ Definição dada pelo Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração.

19. A seguir, encontra-se o *market-share* enviado pelas Requerentes para o mercado nacional de prestação de serviços profissionais digitais (*e-business*) e serviços de consultoria em Internet (*e-consulting*). Ressalte-se que o valor total estimado para esse mercado⁵ é de (...), ainda de acordo com as Requerentes.

QUADRO 04 – Market –share (base 1999):

EMPRESA	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO (%)	VENDAS (US\$ Milhares)
TV 1	(...)	(...)
Vesta Technologies	(...)	(...)
Modem Media	(...)	(...)
Webra Informatica	(...)	(...)
Scopus	(...)	(...)
ISM	(...)	(...)
<i>MLab (adquirida)</i>	(...)	(...)
Agência Click	(...)	(...)
2 PG Multimídia	(...)	(...)
Easynet	(...)	(...)
<i>Amtec.net (pertencente ao grupo adquirente)</i>	(...)	(...)
Outras	(...)	(...)
TOTAL	(...)	(...)

Fonte: estimativa das Requerentes, baseada em “informações apresentadas na Revista InfoExame”.

Nota: Os valores constantes no Quadro 04 referentes à empresa Antec.net não se referem ao ano de 1999, constituindo projeção das Requerentes para o ano 2000.

20. Pelo quadro apresentado observa-se que o Grupo Cemex, por meio da operação, aumentou sua participação de mercado em (...)% , passando a deter uma parcela equivalente a (...)% do mercado. Além disso, a participação de mercado dos quatro maiores *players* (C4) não sofreu alteração após a operação, permanecendo em (...)%.

⁵ Valor correspondente ao total de vendas do mercado, em 1999.

5 – PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

21. O quadro 04 anteriormente exposto, ao indicar uma participação de mercado das Requerentes inferior a 20%, após a operação, poderia sugerir que a presente análise fosse concluída, sendo emitido um parecer favorável. No entanto, tendo em vista que os dados apresentados foram fornecidos pelas Requerentes, sem confirmação independente desta Seae, julgou-se conveniente prosseguir a análise.

22. Há que se ressaltar que a maioria das empresas participantes do mercado em análise não atua em segmentos específicos, mas oferece serviços consolidados em forma de “pacotes”. Em outras palavras, ocorre que nem todas as empresas possuem o mesmo padrão de concorrência, ou seja, não ofertam exatamente os mesmos serviços. No entanto, observa-se que a maioria delas encontra-se apta a prestar referidos serviços, como resposta à demanda existente no mercado.

23. Além disso, os requisitos necessários para que uma empresa passe a atuar nesse mercado levam a crer que a entrada é fácil. Segundo as Requerentes, o custo inicial para ingresso nesse mercado específico é baixo, ficando o investimento inicial restrito à computadores, linhas telefônicas, *softwares* e mão-de-obra especializada⁶. Observa-se que esse último item foi o mais citado pelas empresas concorrentes⁷ como competência necessária para uma empresa ingressar no mercado.

6 - RECOMENDAÇÃO

24. Por meio do *market-share* apresentado, parece pouco provável que a operação conceda poder de mercado – unilateral ou coordenado – às Requerentes. Ademais, o mercado em questão é bastante pulverizado, com várias empresas aptas a prestar os serviços definidos no mercado relevante, além de não existirem elevadas barreiras à entrada de novos *players*.

25. Diante do exposto, entende-se que a operação não prejudica a concorrência, sendo passível de aprovação, do ponto de vista econômico.

⁶ A “mão-de-obra especializada” deve ter domínio dos métodos e “ferramentas” de pelo menos um fornecedor de tecnologia de base (IBM, Microsoft, SAP, Macromedia, etc).

⁷ Vide nota nº 03.

À apreciação superior.

LÉIA BAETA CAVALCANTE

Coordenadora

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA

Coordenador Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA

Secretário de Acompanhamento Econômico