



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 126 COGSE/SEAE/MF

Brasília, 09 de abril de 2001.

Referência: Ofício nº 6.666/00/SDE/GAB, de 29 de dezembro de 2000.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO nº
08012.007059/2000-18

Requerentes: PROMON IP S.A. e 2PG
MULTIMÍDIA E DESIGN S.A.

Operação: Aquisição, por parte da PROMON IP
S.A., do controle acionário da 2 PG
MULTIMÍDIA E DESIGN S.A.

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 PROMON IP S.A. e 2PG MULTIMÍDIA E DESIGN S.A.

1- DAS REQUERENTES

2. **PROMON IP S.A.** é uma empresa brasileira, sediada em São Paulo (SP) e com escritórios em Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ), bem como na Califórnia (EUA)¹ A empresa foi constituída em março de 2000, obtendo um faturamento de R\$ 118,2 milhões, no período compreendido entre março e novembro daquele ano. Tal faturamento corresponde somente àquele obtido no Brasil, já que essa não atua no Mercosul, nem em outras partes do mundo. Sua principal acionista é a empresa Promon Tecnologia S.A., que detém 99,99% de participação em suas ações ordinárias.

3. **PROMON IP S.A.** não pertence a nenhum grupo societário constituído nos termos da Lei das Sociedades por Ações. No entanto, referida empresa faz parte da Organização Promon, de origem brasileira, cuja totalidade de seu capital é de propriedade exclusiva de seus funcionários. A organização obteve um faturamento da ordem de R\$ 404 milhões, no Brasil, no exercício de 1999.

4. **2PG MULTIMÍDIA E DESIGN S.A.** é uma empresa brasileira, fundada em 1996 e sediada no Rio de Janeiro (RJ). Conta com uma equipe de 60 funcionários, possui escritórios em São Paulo e Nova Iorque e obteve um faturamento de R\$ 178.572,50, no exercício de 1999. Em relação ao ano 2000, porém, observa-se que ocorreu um aumento expressivo de seu faturamento – no período compreendido entre os meses de janeiro e novembro, esta faturou cerca de R\$ 3,5 milhões. Informa-se, ainda, que os faturamentos citados correspondem somente ao Brasil, já que esta não obteve qualquer faturamento nem no Mercosul, nem no restante do mundo. Além disso, 2PG não pertence a nenhum grupo econômico, sendo seu capital social assim distribuído:

¹ Informação obtida no *site* www.promonip.com.br, em 31/01/01.

TABELA 01 – COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DE 2PG (antes da operação)

Acionista	% de Participação
Henrique Cristino C. Guerra Neto	19,79
João Paulo de Ouro Preto Santos	18,14
Guilherme Leite Ribeiro	18,14
Paula Joory	18,14
Rodrigo Cordeiro Guerra Sá	17,29
Monteiro Aranha Participações S.A.	5,00
JCS – Business Partners Ltda.	2,00
Pedro Aurélio Milliet	0,50
Pieter Robert Wilson Van Dijk	0,50
Jorge Luiz Mendes dos Santos	0,50
TOTAL	100,00

Fonte: Requerentes

2-. DA OPERAÇÃO

5. A operação consistiu na aquisição, por parte da PROMON IP S.A., do controle acionário da 2 PG MULTIMÍDIA E DESIGN e se realizou através do “Contrato de Compra e Venda de Ações e Outras Avenças”, (...).

6. Após a operação, 2 PG passa a ser controlada pela PROMON IP S.A., detendo 99,9% de seu capital social e PROMON Tecnologia S.A. adquire uma ação de emissão de 2 PG, representando 0,1% do capital social.

7. As Requerentes citaram como principais ativos envolvidos na operação a capacidade técnica dos profissionais da 2 PG e sua metodologia de trabalho, bem como os ativos listados abaixo:

TABELA 02 - ATIVOS ENVOLVIDOS NA OPERAÇÃO:

ATIVO	VALOR (em R\$)
Bancos, Aplicações e Títulos Mobiliários	496.000,00
Equipamentos de Informática	311.000,00
Móveis e Utensílios	110.000,00

Fonte: Requerentes

Nota: Todos os ativos acima relacionados se localizam na cidade do Rio de Janeiro.

8. A operação ocorreu apenas no Brasil, não tendo sido, portanto, apresentada em outras jurisdições. Por fim, informa-se que esta foi apresentada ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência em 28/12/2000, tendo em vista que o faturamento da Organização Promon supera o limite de R\$ 400.000.000,00 (quatrocentos milhões de reais), estabelecido pelo art. 54, da Lei nº 8.884/94.

3 - DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

3.1. Mercado relevante do produto

9. Através do ofício nº 073 COGSE/SEAE/MF, de 09 de janeiro de 2001, esta Seae solicitou às Requerentes que detalhassem os serviços ofertados tanto pela PROMON IP S.A., quanto pela 2PG MULTIMÍDIA E DESIGN S.A. Para definição do mercado relevante do produto, serão considerados somente aqueles serviços prestados por ambas as empresas, no momento anterior à operação. Antes disso, porém, convém especificar todos os serviços prestados pelas duas empresas, como exposto a seguir.

10. A PROMON IP S.A. presta serviços de:

a) **Consultoria, desenvolvimento, gerenciamento e integração de sistemas relacionados à Internet, incluindo soluções de comércio eletrônico.** Conforme descrito pelas Requerentes, tal item pode ser identificado com a consultoria de negócios voltada à Internet, arquitetura de tecnologia de informação e desenvolvimento e integração de sistemas Internet (*e-commerce*, *customer relationship management* (CRM), *supply chain management* (SCM), mercados eletrônicos, etc);

b) **Consultoria, desenvolvimento, gerenciamento e integração de sistemas relacionados à Internet móvel.** Trata-se de atividade relacionada à integração, desenvolvimento e prestação de serviços de comunicação de dados em mobilidade;

c) **Fornecimento, acesso e hospedagem de aplicativos relacionados à Internet.** Atuando através do modelo ASP (*Application Service Provisioning*), a empresa oferece soluções completas em tecnologia de informação, tais como: (i) soluções de comércio eletrônico através da Internet; (ii) EDMS (*Electronic Document Management System*), que permite o gerenciamento de toda documentação e dados de uma empresa; (iii) CRM (*Customer Relationship Management*), que gerencia todas as informações dos clientes de uma empresa com as áreas de vendas, serviços e marketing dessa;

d) **Projeto e integração de redes multi-serviços**, que incluem suprimento em escala global, instalação de equipamentos, testes e comissionamento, suporte e treinamento.

11. Por sua vez, a atividade principal da 2 PG MULTIMÍDIA E DESIGN S.A é a **concepção estratégica, desenvolvimento e implantação de projetos B2B, B2C e de Intranets**². Tais projetos integram marketing, design e tecnologia aplicados ao cenário digital e à Internet.

12. Pelas descrições anteriores, é possível observar que a atividade principal de 2 PG guarda bastante semelhança com a atividade de PROMON descrita no item (a). Tais atividades fazem parte daquilo que as Requerentes definiram como “mercado Internet”, “mercado de soluções para Internet” ou, ainda, “mercado de prestação de serviços de integração de sistemas relacionados à Internet”. Será esse o mercado relevante do produto considerado na presente análise.

3.2-. Mercado relevante geográfico

13. 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 viável³. 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.

14. No caso em análise, as Requerentes argumentaram que, por se tratar de uma prestação de serviços, seria possível aos clientes brasileiros contratarem profissionais estrangeiros, a fim de obter o mesmo trabalho realizado por empresas instaladas no país. Tal fato, a princípio, sugeriria que o mercado geográfico seria mundial.

15. No entanto, a barreira imposta por um idioma estrangeiro e as dificuldades que uma empresa no exterior encontraria para prestar assessoria a seus clientes brasileiros são argumentos a favor da defesa do mercado geográfico como sendo nacional. Além disso, há que se ressaltar uma questão de ordem cultural, que diz respeito ao conhecimento, só detido

² Informação obtida por intermédio das Requerentes e através do *site* www.promonip.com.br.

por empresas brasileiras, da linguagem e da dinâmica do mercado nacional e de seus consumidores. Por último, deve-se levar em consideração que o mercado nacional é altamente competitivo e que inúmeras empresas prestadoras de tais serviços são estrangeiras, mas possuem filiais no Brasil.

16. Diante do exposto, define-se o mercado geográfico como sendo o nacional.

4 - POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

17. A seguir, encontra-se o *market-share* enviado pelas Requerentes para o mercado nacional de prestação de serviços de integração de sistemas relacionados à Internet. Ressalte-se que o valor total estimado para esse mercado é de R\$ 1.800.000.000,00 (um bilhão e oitocentos milhões de reais), ainda de acordo com as Requerentes.

TABELA 03 – Market –share:

EMPRESA	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO (%)
Andersen Consulting	13,6
Integris S.A.	8,6
Montreal Informática	7,7
Ernst & Young	7,4
HP	7,2
Scopus	5,6
Price Waterhouse	3,9
Unisys	3,8
DBA	3,7
Stefanini	2,9
Eversystems	1,9
Softtek	1,2
Vesta	0,8
Sigma	0,7
Promon IP	0,7
2 PG	0,2

Fonte: Requerentes, a partir de dados disponíveis no Anuário Informática Hoje 2000/2001, Info Exame 200 maiores de tecnologia – agosto/2000.

³ Definição dada pelo Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração.

5 - RECOMENDAÇÃO

18. Tendo em vista que o *market-share* anteriormente exposto poderia não corresponder exatamente ao mercado relevante definido nessa análise, foram enviados ofícios às empresas citadas pelas Requerentes como sendo suas concorrentes⁴, no intuito de se construir um novo *market-share*, somente com as empresas prestadoras de serviços de “consultoria, desenvolvimento, gerenciamento e integração de sistemas relacionados à Internet”. No entanto, foi observado que a maioria das empresas consultadas, incluindo-se aí as Requerentes, não atuam em segmentos isolados, mas oferecem serviços consolidados em forma de “pacotes”, que nem sempre se relacionam exclusivamente à Internet. Em outras palavras, acredita-se que nem todas essas empresas possuem o mesmo padrão de concorrência, ou seja, nem todas ofertam exatamente os mesmos serviços. Assim, não foi possível estimar o tamanho do mercado definido no mercado relevante dessa análise, nem tampouco as empresas oficiadas foram capazes de informar seus faturamentos advindos exclusivamente de tais serviços. No entanto, ressalte-se que a maioria das empresas consultadas é prestadora dos serviços definidos no mercado relevante, de onde é possível concluir serem estas rivais efetivas das Requerentes.

19. Observa-se, assim, que o mercado de soluções para Internet, que provê serviços de infra-estrutura para as empresas efetuarem negócios por meio da Internet, é bastante pulverizado, dado o enorme número de empresas aptas a prestar tais serviços. Diante disso e da presença de rivalidade efetiva no mercado definido, conclui-se que é muito pouco provável que a operação ora em análise confira poder de mercado à PROMON IP S.A.

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

⁴ São elas: Integris S.A., Accenture do Brasil Ltda., Montreal Informática, Ernst & Young S/C Ltda., EverSystems, DBA, Stefanini Consultoria e Assessoria em Informática Ltda., Unisys Brasil Ltda., Price Waterhouse Coopers, Hewlett Packard Brasil S/A.

À apreciação superior.

LÉIA BAETA CAVALCANTE

Assistente Técnica

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA

Coordenador Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA

Secretário de Acompanhamento Econômico