



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação Geral de Produtos Industriais

Parecer nº 263 COBED/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 28 de setembro de 2001.

Referência: Ofício nº 4560 GAB/SDE/MJ, de 17 de agosto de 2000.

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.003663/00-67.

Requerentes: Agilent Technologies Brasil Ltda. e Safco Tecnologia Ltda.

Operação: Aquisição, pela Agilent Technologies, Inc., da totalidade da participação da Salient 3 Communications, Inc. no capital da Safco Technologies, Inc. O ato se desenvolve na indústria de informática e telecomunicações.

Recomendação: Aprovação sem restrições.

Versão: Pública.

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 entre as empresas Agilent Technologies Brasil Ltda. e Safco Tecnologia Ltda.

O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei nº 8.884/94, 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 procedimento da espécie pela Secretaria de

Acompanhamento Econômico – SEAE, em benefício da transparência e uniformidade de condutas.

I. Das Requerentes

I.1 – Agilent Technologies Brasil Ltda. (“Agilent”)

A Agilent é uma subsidiária do Grupo Agilent, de origem estadunidense. Sediada em São Paulo, Brasil, a Agilent atua no setor da indústria de informática e telecomunicações, mais precisamente na comercialização de instrumentos de medição e teste, bem como equipamentos médicos e de análise química.

O Grupo Agilent, no ano de 1999, no Brasil, obteve o faturamento de R\$ 123 milhões (US\$ 67,7 milhões)¹ e, no mundo, de R\$ 14,8 bilhões (US\$ 8,2 bilhões). Nos demais países do Mercosul, a requerente não soube precisar o valor faturado.

Não houve, por parte do Grupo, nos últimos três anos, quaisquer aquisições, fusões, associações ou constituições conjuntas de novas empresas no Brasil ou nos demais países membros do Mercosul.

I.2 – Safco Tecnologia Ltda. (“Safco”)

Com sede na cidade de São Paulo, a Safco desenvolve suas atividades, primordialmente, no setor da indústria de informática e telecomunicações, notadamente na comercialização de instrumentos de medição e teste para comunicação sem fio, prestação de serviços de projeto e análise de redes de telefonia celular.

É controlada pelo Grupo Salient 3 Communications, Inc., de origem estadunidense, que detém o total de seu capital social.

O faturamento do Grupo Salient 3, no último exercício, correspondeu a aproximadamente R\$ 209 milhões (US\$ 115,6 milhões) no mundo; R\$ 2,6 milhões (US\$ 1,43 milhões) no Brasil e, nos demais países do Mercosul (incluindo o Chile), R\$ 3,8 milhões (US\$ 2,1 milhões).

O Grupo não realizou, nos últimos três anos, quaisquer aquisições, fusões, associações ou constituições conjuntas de novas empresas no Brasil ou nos demais países membros do Mercosul.

II. Da Operação

Trata-se da aquisição, pelo Grupo Agilent, da totalidade do capital social da Safco Technologies, Inc., de propriedade da Salient 3 Communications, Inc.

O Contrato foi celebrado entre as partes em 11/05/00 e o valor da operação, na data de seu fechamento (25/07/00), é em torno de R\$ 201 milhões (US\$ 120 milhões)².

¹ Taxa de câmbio média livre anual de compra em 1999 = 1,8150, utilizada para conversão de todos os valores referentes aos faturamentos no ano de 1999. Fonte: Bacen.

² Taxa de câmbio livre de compra no dia 25/07/00 = 1,67814. Fonte: Bacen.

Com a efetiva realização da operação, o Grupo Agilent, no Brasil, passará a deter o controle da requerente Safco Tecnologia Ltda.

O ato foi apresentado ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência em 15/08/00, em razão dos faturamentos dos Grupos e também pela sobreposição de algumas de suas atividades.

A presente operação, também, foi notificada nos Estados Unidos da América, tendo sido aprovada, sem restrições, por decurso de prazo.

III. Definição do Mercado Relevante

III.1 – Dimensão Produto

Para identificação das relações horizontais ou verticais entre os produtos/serviços relacionados ao segmento de instrumentos de medição e teste, ofertados pelas requerentes, elaboramos o Quadro I, a seguir:

Quadro I
Produtos Ofertados Pelas Requerentes no Brasil

PRODUTOS/SERVIÇOS	AGILENT	SAFCO
Instrumentos de teste de uso geral	X	-
Instrumentos de teste de microondas	X	-
Instrumentos de teste para telecomunicações e comunicações de dados	X	-
Instrumentos de teste para área aeroespacial	X	-
Instrumentos de teste para produtos digitais	X	-
Instrumentos de teste de componentes e placas eletrônicas	X	-
Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular – Drive Test	X	X
Serviços de Drive Test Systems	-	X
Serviços de Engenharia em geral	-	X

Fonte: Requerentes.

Ressalte-se que a Agilent, como mencionado anteriormente, oferta equipamentos médicos e de análise química que, no entanto, não foram descritos no quadro acima. Isto deve-se ao fato da operação não gerar efeitos sobre esses produtos, uma vez que a Safco não atua nesses mercados.

Pelo quadro acima, é possível constatar que a operação entre as requerentes propicia a sobreposição do produto “Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular – Drive Test”, bem como uma integração vertical, na medida em que os “Serviços de Drive Test ofertados pela Safco relacionam-se os produtos ofertados pela Agilent (Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular).

A seguir, detalhamos as principais características e diferentes utilizações dos diversos produtos ofertados pelas requerentes:

- **Instrumentos de teste de uso geral:** utilizado em manutenção de redes, são caracterizados por medidas básicas de variáveis elétricas (tensão, corrente e potência);
- **Instrumentos de teste de microondas:** aplicado em manutenção e alinhamento de sinais de satélite, são caracterizados pelo alcance de medição em GHz;
- **Instrumentos de teste para telecomunicações e comunicações de dados:** utilizado em manutenção de linhas de dados, são caracterizados por interfaces de dados e velocidade de teste;
- **Instrumentos de teste para a área aeroespacial:** usado em testes de produção, são caracterizados por interfaces e alcance de frequência;
- **Instrumentos de teste para produtos digitais:** para teste de produtos microprocessados, são caracterizados pela velocidade e frequência;
- **Instrumentos de teste de componentes e placas eletrônicas:** para testar componentes e placas, são caracterizados por cobertura de tipos diferentes de componentes;
- **Instrumentos para medição de parâmetro de interface aérea para sistema de telefonia celular:** utilizado em teste de redes sem fio, são caracterizados por parâmetro de rádio frequência medidos, tecnologia CDMA, TDMA, GSM, etc.

Como podemos observar, os produtos acima possuem características e funções específicas, não sendo, dessa forma, do ponto de vista da demanda, substitutos entre si.

Quanto à substitubilidade do ponto de vista da oferta, as requerentes não foram capazes de estimar custo e tempo necessários à flexibilidade das linhas de produção dos diferentes produtos. Consultadas a respeito, as requerentes prestaram a seguinte informação:

“Inicialmente, com relação ao Brasil, as empresas participantes do mercado de instrumentos de medição e teste para comunicação sem fio acreditam que o volume de vendas no Brasil não justifica a instalação de linhas de montagem voltadas para o suprimento do mercado local. Além disso, altos investimentos são necessários para a instalação de referidas linhas. Faz-se importante informar que as requerentes não obtiveram sucesso em estimar os custos para a instalação, no Brasil, de empresas que desejam produzir e/ou importar instrumentos de medição e teste para comunicação sem fio, tendo em vista que tais empresas produzem centenas de outros instrumentos que não só esses instrumentos. Por fim, pode-se mencionar a entrada recente da coreana ADDCOM no mercado.”

Segundo esclarecimentos das requerentes, existem outros produtos como: (i) instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea, qualidade de voz e qualidade de transmissão de dados, via telefonia celular; (ii) sistemas para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular; (iii) software de predição; (iv) software de planejamento de frequência; e (v) software de pós processamento, que desempenham funções semelhantes aos **“Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular – Drive Test”**, ou seja, possuem em comum sua utilização como ferramentas de medição e teste da qualidade e capacidade de redes de comunicação móvel, através da caracterização de dispositivos (transmissão, reflexão); da medição de sinal “no canal” e “fora do canal”; da análise do espectro de frequência; e da verificação das características de transmissão (potência, frequência, modulação).

Em resumo, esses produtos poderiam ser classificados como Instrumentos de medição e teste para comunicação sem fio – Drive Test, pois têm como aplicação a medição e teste de parâmetros de interface de sistemas de comunicação. Porém, em função das requerentes não ofertarem toda a gama de produtos e das dificuldades em se obter as respectivas informações de mercado, optamos por analisar o mercado da forma mais conservadora, ou seja, delimitamos a dimensão do produto como a fabricação e comercialização, apenas, de **“Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular – Drive Test”**.

Com relação aos serviços prestados pela Safco (onde se verifica uma integração vertical entre as requerentes), registre-se que, inicialmente, as requerentes os classificaram da seguinte forma:

- Serviços de Projeto, Manutenção de Equipamentos e Cursos sobre Sistemas de Rede de Telefonia Celular;
- Serviços de Otimização de Redes de Telefonia Celular;
- Serviços de Análise de Levantamento de Dados de Telefonia Celular;
- Serviços de Levantamento de Dados de Telefonia Celular; e
- Serviços de Pós Processamento de Dados de Redes de Telefonia Celular.

Ao ser indagada sobre a integração vertical entre os produtos e os serviços ofertados, a Safco forneceu outro detalhamento, conforme podemos visualizar no Quadro II, abaixo:

Quadro II
Relação Produtos e Serviços Ofertados pela Safco

PRODUTOS	SERVIÇOS
Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular	Serviços de Drive Test Systems
Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea, qualidade de voz e qualidade de transmissão de dados, via telefonia celular	Serviços de Drive Test Systems
Sistemas para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular	Serviços de Drive Test Systems
Software de predição	Engenharia em geral
Software de planejamento de frequências	Engenharia em geral

As requerentes apresentaram as descrições de cada um dos serviços: (i) Serviços de Drive Test Systems são coletas de dados em campo; e (ii) Engenharia em geral inclui serviços variados, desde os mais simples, tais como a preparação dos dados para análise, até a confecção de um projeto completo de redes de telefonia celular.

Esclareceram, ainda, que todos os instrumentos de medição de parâmetros de interface aérea para telefonia celular e os instrumentos que, além desses parâmetros, medem também a qualidade de voz, são chamados de “instrumentos para Drive Test Systems” e são usados para medir a performance da rede de telefonia celular, coletando dados em campo.

Os software de predição e de planejamento de frequências são usados em projetos de engenharia em geral, que podem ser separados em duas fases, ou seja, projeto inicial e projeto de expansão de rede.

As informações que foram repassadas a esta SEAE dão conta que 93% das vendas dos produtos objeto da operação se destinam às operadoras de comunicação, enquanto as vendas a prestadores de serviços representam apenas 7% desse total.

Especificamente, a Safco, nunca adquiriu os produtos da Agilent para a prestação de seus serviços. Observe-se, também, que os serviços podem ser prestados utilizando-se equipamentos (instrumentos) dos próprios clientes, que, por sua vez, podem adquirir de qualquer fabricante.

Há de se destacar que a principal demanda dos instrumentos de medição e teste, as operadoras de comunicação, podem ou não terceirizar os serviços objeto da análise. Por seu turno, as prestadoras de serviços não têm interesse em utilizar instrumentos específicos de um só fabricante.

As requerentes não souberam estimar a participação da Safco no mercado de prestação de serviços. Contudo, asseguram que a mesma possui uma pequena parcela desse mercado e informaram que os principais ofertantes dos serviços são: LLC, Visabras, Procelbras, Nesic, Promon, Hexagon, Euroinsta e Eriline.

Consultadas a respeito dos aspectos positivos e negativos sobre o novo processo de concorrência no setor em decorrência da operação, a Procelbras e a Promon manifestaram-se, respectivamente, da seguinte forma:

- *Consideramos que a união das empresas Agilent com a Safco trazem aspectos positivos e negativos. É claro, notar que num mercado com poucos fabricantes deste tipo de equipamentos, onde a tecnologia de informação é um aspecto primordial, este tipo de fusão monopoliza o mercado num certo sentido. Por outro lado, fortalece o desenvolvimento de produtos que o mercado de serviços precisa para as análises de redes móveis, já que esta fusão une empresas com alto conhecimento de desenvolvimento com tecnologia de ponta, o que também fortalecerá a standarização de padrões, num mercado onde cada empresa trabalha proprietariamente.*
- *Na condição de prestadores de serviço, utilizando os equipamentos em questão apenas na complementação de sua oferta, não nos julgamos na condição de opinar com relação ao setor de fornecimento de equipamentos.*

Neste cenário, entendemos, que a integração vertical gerada pela operação não será capaz de trazer danos à concorrência em virtude dos seguintes aspectos:

1 - no sentido “para frente”, ou seja, a Agilent deixar de fornecer os produtos aos prestadores de serviços: a operação não lhe confere este poder, haja visto que os demais prestadores de serviços não dependem para realização de seus serviços, exclusivamente, dos produtos de fabricação da Agilent, havendo outros fornecedores no mercado. Exemplo deste fato, é que a Safco, quando da prestação de seus serviços, nunca adquiriu produtos da Agilent;

2 – no sentido “para trás”, ou seja, a Agilent utilizar na prestação de seus serviços apenas seus produtos: esta situação também não lhe confere poder de mercado, pois as operadoras de comunicação como responsáveis pela grande demanda desses produtos, podem eventualmente adquirir produtos de outros fabricantes e estes serem utilizados pela Agilent, sendo esta contratada para a prestação de serviços.

III.2 – Dimensão Geográfica

Os ofertantes dos Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para Sistemas de Telefonia Celular – Drive Test, no Brasil, atuam como distribuidores/representantes de suas respectivas matrizes sediadas no exterior. Assim, o mercado brasileiro desses “instrumentos” é totalmente abastecido por importações, podendo a distribuição ser feita por: (i) filiais de empresas exportadoras situadas no Brasil; (ii) pelas próprias empresas exportadoras no exterior; (iii) por distribuidores autorizados; e (iv) por escritórios de representação.

As empresas demandantes, consultadas a respeito da viabilidade de adquirir os produtos objeto da operação no mercado externo, prestaram as seguintes informações:

- a Motorola argumentou que apesar de existir outras empresas no mercado nacional e no exterior, dificilmente iria optar por outro fornecedor, isto porque, foi desenvolvido junto à Agilent local uma parceria para o atendimento de sua grande demanda;
- a BCP Telecomunicações esclareceu que é mais interessante adquirir os produtos no mercado interno, sobretudo se considerados os aspectos de preços e de tempo;
- a Ericsson, salienta que a oferta no mercado interno é baixa e, no seu caso específico, a aquisição de tais produtos no mercado externo torna-se viável em razão da possibilidade de se adquirir os mesmos de outras empresas do Grupo Internacional Ericsson.

As requerentes esclareceram, ainda, que: (i) a garantia dos produtos é de 1 a 3 anos, dependendo se é comprado localmente via representante ou através de FOB; (ii) a assistência técnica é prestada no território nacional independentemente de o produto ter sido comprado localmente via representante ou através de FOB; (iii) a disponibilidade de oferta é grande, uma vez que existem diversos representantes no Brasil, não acarretando dificuldades de compra para o consumidor; e (iv) inexistem barreiras legais ou regulatórias que limitem os clientes a adquirir os produtos em um determinado mercado (interno ou externo).

Assim, com base nas condições comerciais destacadas acima e diante da opção de alguns consumidores finais em realizar suas compras junto às distribuidoras/representantes instaladas no mercado interno, entendemos que a dimensão geográfica da operação é de abrangência nacional.

IV – Da Possibilidade do Exercício de Poder de Mercado

IV.1 – Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes

As requerentes esclareceram que, devido à falta de informações sobre o mercado dos produtos objeto da operação ou de associações que compilem os respectivos dados, não foi possível estimar com precisão as parcelas de cada um dos componentes. Entretanto, as requerentes se valeram, para apresentação das estimativas de mercado, de pesquisa realizada pela Revista “As 100 Maiores da Telecomunicação 2000”, cujos dados não se referem especificamente ao produto definido, mas a um mercado mais amplo, qual seja, o de instrumento de medição e teste para comunicação “**sem fio**” e “**fixa**”.

Entre os diversos instrumentos de medição e teste para comunicação “sem fio” e “fixa” existem produtos com características comuns, bem como outros específicos que se diferenciam em relação ao seu uso. Dessa forma, a estrutura ampla do mercado contempla produtos que são: (i) específicos para medição e teste para comunicação “sem fio”; (ii) específicos para medição e teste para comunicação “fixa”; e (iii) produtos genéricos que se aplicam em redes de comunicação “sem fio” e “fixa”.

Neste cenário, verifica-se que a estrutura de mercado apresentada pelas requerentes contempla instrumentos de medição e teste que podem ser utilizados tanto na rede de comunicação “sem fio” como na “fixa”, havendo outros, no entanto, que atendem apenas a um dos dois tipos de rede de comunicação. A título ilustrativo, apresentamos no Quadro III, a estrutura do **mercado amplo**, destacando os ofertantes e suas respectivas participações:

Quadro III
Instrumentos de Medição e Teste para Comunicação sem Fio e Fixa
Mercado Nacional - 1999

EMPRESAS	PARTICIPAÇÃO(%)
Agilent	39,7
Wandel	9,7
AGC	7,7
Anrisut	7,6
Tektronix	7,6
Siemens	6,7
Wavetek	6,2
Safco	5,0
Fluke	2,4
Rhode	2,2
Manipa	1,8
Outros	3,4
TOTAL	100,0

Fonte: Requerentes.

Dessa forma, a operação permitiria à Agilent elevar sua participação no mercado para 44,7%.

Porém, por entendermos que a estrutura apresentada não reflete a realidade das parcelas de mercado do produto analisado, solicitamos às requerentes estimativas de venda (em

valor e volume), especificamente dos “Instrumentos para medição de parâmetros de interface aérea para sistemas de telefonia celular – Drive Test”. As requerentes reiteraram a dificuldade na obtenção dos dados exclusivos do mercado relevante e sugeriram a esta Seae a obtenção dos dados diretamente das empresas ofertantes do produto.

Neste sentido, solicitamos das empresas: (i) Ericsson; (ii) Acterna; (iii) Anritsu; e (iv) Rhode, as estimativas do mercado nacional, a participação de cada empresa no mercado e as participações de seus concorrentes.

A Anritsu informou não ser concorrente das requerentes por não possuir produto ou solução similar ao produto objeto da operação. As informações prestadas pelas empresas Acterna e Rhode, nos dão conta que o mercado nacional do produto analisado gira em torno de R\$ 1 a R\$ 3 milhões e que, após a operação, a Agilent deterá a parcela de 70%.

A Ericsson, por sua vez enviou as informações solicitadas por esta SEAE de maneira mais detalhada e, a partir das mesmas, elaboramos o Quadro IV, a seguir, com o intuito de subsidiar a nossa análise na determinação das parcelas de mercado das requerentes e de seus concorrentes:

Quadro IV
Instrumentos para Medição de Parâmetros de Interface Aérea para Sistemas de
Telefonia Celular – Drive Test
Mercado Nacional – 2000

EMPRESAS	PARTICIPAÇÃO(%)
Agilent	30,0
Safco	10,0
Ericsson (LCC)	15,0
Comarco	10,0
Outros	35,0
TOTAL	100,0

Fonte: Concorrentes.

O item “Outros” contempla as empresas atuantes no mercado com participações inferiores a 5% e dentre estas destacam-se: Qualcomm, Ascom, Grayson, Wireless, Actix, Sagem, Nemo, ZK Celltest, Watchmark, Aircom, Comsearch, ADC/Metrica, CelPlan, TTI Telecom e Acterna/Chase.

A efetiva realização da operação permitirá a Agilent concentrar parcela de 40% do mercado, o que, a princípio, indica o controle de parcela suficientemente alta para viabilizar o exercício unilateral de poder de mercado.

IV.2 – Cálculo do C4

Diante das estimativas apresentadas pela Ericsson, é possível constatar que o somatório das participações das quatro maiores empresas (C4) não sofrerá significativas alterações. Antes da operação era de 65% e, após a operação, não é possível determinar com exatidão o novo patamar do C4, em função da empresa detentora da quarta colocação estar

elencada no item “Outros”. Sabe-se, contudo, que sua participação é inferior a 5%, o que conduziria a um C4 após a operação de, no máximo, 70%.

V – Da Probabilidade do Exercício de Poder de Mercado

Consultadas sobre a estimativa de custo e de tempo necessários para a instalação da linha de produção do produto analisado, as requerentes informam que o volume de vendas no Brasil não justifica a instalação de linhas de montagem do produto no país e acrescentaram que não existem estudos disponíveis que permitam estimar os custos e o tempo necessário para a instalação da mencionada linha de produção.

No entanto, acreditam que, uma vez disponibilizados altos investimentos, um novo player possa adentrar no mercado relevante em até 18 meses.

Apesar de não verificarmos a substitutibilidade do ponto de vista da oferta, ressaltam as requerentes, para o fato de que fabricantes de outros instrumentos de medição e teste poderiam adaptar as suas linhas de produção para fins de montagem do produto analisado com mais facilidade que outras empresas que não possuam qualquer atividade dos referidos “instrumentos”. Pode-se afirmar que existem grandes centros de estudo de tecnologia nos EUA e Europa.

A Ericsson, neste momento, considerando as plantas localizadas nos Estados Unidos e Suécia, atua no mercado com 50% de sua capacidade. A empresa informou, ainda, que um aumento nos índices de produção não demandaria significativo aumento de recursos de produção.

Quanto às perspectivas do mercado interno, as requerentes esclareceram que não há estudos que possibilitem estimar valores e quantidades de vendas nos próximos anos, com ou sem a entradas de novas empresas. No entanto, é previsível que haverá crescimento por conta da expansão da telefonia celular.

O mercado de telefonia móvel no Brasil é recente no Brasil e, em decorrência de sua expansão, vislumbra-se, conseqüentemente, o surgimento de um período promissor para a comercialização do produto analisado. Daí depreende-se um momento propício à entrada de novos players no mercado.

No que se refere a probabilidade das empresas concentradas majorarem seus preços em detrimento de seus clientes, vale ressaltar que: (i) não há exclusividade entre os produtos das requerentes e qualquer de seus clientes; (ii) existe um número considerável de ofertantes no mercado, conforme se depreende da estrutura apresentada no Quadro IV; e (iii) os demandantes, ao adquirir os produtos, somente o fazem através de licitação. A concorrência é aberta a qualquer empresa que comercialize os referidos “instrumentos”. Vale, aqui, acrescentar que as requerentes informaram que a maioria de suas vendas são realizadas para operadoras de telefonia celular, ou seja, Telesp Celular S.A., BCP S.A., Tess e Telefônica.

VI – Recomendação

A análise precedente demonstrou que, em relação à concentração horizontal, a probabilidade de exercício de poder de mercado em virtude da operação pode ser considerada baixa, dadas as condições verificadas no mercado relevante. Com relação à integração vertical, a análise precedente demonstrou que a mesma não é prejudicial à concorrência. Isto posto, recomenda-se a aprovação da operação sem restrições.

À apreciação superior.

JOÃO BATISTA DIAS
Técnico

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE
Coordenadora COBED

CRISTIANE ALKMIN JUNQUEIRA SCHMIDT
Coordenadora-Geral

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico