



MINISTÉRIO DA FAZENDA

Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer n° 092/COGSE/SEAE/MF

Brasília, 15 de março de 2002.

Ref.: Ofício n.º 3.251/2001/SDE/GAB, de 23 de julho de 2001.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO n° 08012.004452/2001-22

Requerentes: ITAÚSA - Investimentos Itaú S.A.; PRT Investimentos; Itaú Turismo Ltda. e Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda.

Operação: Alienação, por parte das empresas Itaúsa e PRT, da xxxxx da Itaú Turismo Ltda. à Wagons-Lits Turismo do Brasil e xxxxx. Enquadrável no §3º do art. 54, da Lei n° 8.884/94, em função do faturamento das requerentes.

Recomendação: Aprovação sem restrições.

Versão: Pública

=====

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei n° 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, nos termos do Artigo 54 da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas INVESTIMENTOS ITAÚ S.A.; PRT INVESTIMENTOS; ITAÚ TURISMO LTDA. e WAGONS-LITS TURISMO DO BRASIL LTDA.

1. DAS REQUERENTES

2. A **ITAÚSA – INVESTIMENTOS ITAÚ S.A.**, sociedade por ações, de nacionalidade brasileira, com sede na cidade de São Paulo - SP, é uma *holding* de atuação nacional que controla o Conglomerado Itaú S.A.. A principal acionista da empresa Itaúsa é a xxxx¹, a qual detém x% do capital social e representa xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx. O Conglomerado Itaú S.A., por sua vez, concentra suas atividades no setor de serviços financeiros, abrangendo xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

3. No ano de 2000, as receitas operacionais da empresa Itaúsa no Brasil foram de R\$ xx². Nesse mesmo ano, a empresa não obteve receita xxxxxxxxxxxxxxxx. Quanto ao Conglomerado Itaú S.A., em 2000 seu faturamento no Brasil foi de R\$xx³, no xx, foi de R\$ xx e no restante xxx xx, foi de R\$ xxx.

4. A **PRT INVESTIMENTOS**, sociedade por ações, de nacionalidade brasileira, sediada na cidade de São Paulo - SP, é uma *holding* com atuação nacional pertencente ao Conglomerado Itaú S.A.. A principal acionista da empresa é xxx⁴ (detém x% do capital social); esta, por seu turno, é subsidiária integral xxxxx. No ano de 2000, as receitas operacionais da empresa PRT no Brasil foram de R\$xx⁵, sendo que não as obteve no xxxxxxxx.

5. A **ITAÚ TURISMO LTDA.**, sociedade por quotas de responsabilidade Ltda., de nacionalidade brasileira e sediada na cidade de São Paulo, é controlada pelas empresas Itaúsa (x%) e PRT Investimentos (x%), respectivamente. A Itaú Turismo Ltda. atua no setor de agenciamento de viagens, mais especificamente direcionado ao mercado corporativo, oferecendo às empresas-clientes os serviços de reservas e emissão de passagens aéreas nacionais e internacionais; informações e reservas de hotéis no Brasil e no exterior; informações e reservas de locações de veículos no Brasil e no exterior; organização e realização de congressos e eventos; apoio logístico nos aeroportos das cidades de SP (Guarulhos e Congonhas), RJ (Galeão) e Salvador (Dep. Luís

¹ Sociedade por ações brasileira.

² Não há que se falar em faturamento, pois trata-se de empresa *holding*, a qual, por não operar no mercado, obtém sua receita a partir da participação em outras empresas. Disso resulta que, tanto suas receitas operacionais brutas quanto líquidas têm o mesmo valor, uma vez que não há qualquer dedução a ser efetuada, conforme assinalado pelas Requerentes no Ofício x/COGSE/SEAE/MF, de 21.11.01.

³ Valor correspondente à receita operacional bruta, uma vez que o conglomerado engloba empresas *holdings* e empresas que operam no mercado.

⁴ Sociedade por ações brasileira.

⁵ Novamente não há que se falar em faturamento, pois trata-se de empresa *holding*, a qual, por não operar no mercado, obtém sua receita a partir da participação em outras empresas. Disso resulta que, tanto suas receitas operacionais brutas quanto líquidas têm o mesmo valor, uma vez que não há qualquer dedução a ser efetuada, conforme assinalado pelas Requerentes no Ofício x/COGSE/SEAE/MF, de 21.11.01.

Eduardo Magalhães); desenvolvimento e elaboração de roteiros personalizados para Viagens de Incentivo⁶; implementação e operacionalização de Postos de Serviço nas instalações das empresas-clientes; elaboração de Relatórios Gerenciais Customizados⁷; venda de seguros de viagem; fretamento de táxi aéreo e assessoria para documentação necessária em viagens.

6. No ano de 2000, o faturamento da empresa Itaú Turismo foi de R\$xx⁸, sendo que não teve faturamento no âmbito do xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

7. **A WAGONS-LITS TURISMO DO BRASIL LTDA.** é uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, de nacionalidade brasileira, com sede na cidade de São Paulo – SP e de atuação nacional. O capital social da empresa encontra-se igualmente dividido entre xxxx⁹ e xxxxx¹⁰, que detêm x%, respectivamente. Essas empresas, por sua vez, pertencem ao Grupo Accor, cuja nacionalidade é 50% francesa, 40% canadense e 10% portuguesa. As atividades do grupo estão direcionadas para o segmento de Hotéis, Agências de viagem, Restaurantes e outros afim.

8. A Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda. concentra sua área de atuação no setor de agenciamento de viagens de negócios, aí incluindo emissão de passagens aéreas, reserva de hotéis, locadoras de veículos, além de serviços turísticos gerais. Seu faturamento no Brasil, em 2000, foi de R\$ xxx, sendo que a empresa não teve faturamento no xxxxxxxx. Quanto ao Grupo Accor, no ano de 2000 seu faturamento no Brasil foi de R\$ xx. Nesse mesmo ano, o faturamento do grupo no Mercosul (exceto Brasil) foi de R\$ xx e no restante do mundo (exceto Mercosul) foi de R\$ xx.

2. DA OPERAÇÃO

⁶ São viagens – que incluem serviços complementares de alto padrão – promovidas por empresas-clientes, com a finalidade primordial de premiar funcionários, equipes ou fornecedores envolvidos no cumprimento de determinada meta, conforme informado pelas Requerentes na resposta ao Ofício x/COGSE/SEAE/MF, de 12.11.01.

⁷ São relatórios baseados em informações de despesas de viagens feitas por prepostos das empresas-clientes e que obedecem a critérios de necessidade/conveniência estabelecidos por cada empresa. Definição segundo a resposta das Requerentes ao Ofício x/COGSE/SEAE/MF, de 12.11.01.

⁸ Esse valor corresponde às vendas efetuadas pela empresa no papel de representante de seus fornecedores, englobando o valor total pago pelos clientes referente aos serviços prestados. Assim sendo, este valor não corresponde à receita que a Itaú Turismo auferiu com as vendas por ela realizadas. Sua receita é derivada de um comissionamento (porcentagem) sobre este valor total pago pelos clientes, variando de acordo com cada categoria, informaram as Requerentes em resposta ao Ofício x/COGSE/SEAE/MF, de 21.12.01.

⁹ Sociedade por ações brasileira.

¹⁰ Sociedade xxxxxxx.

13. Para respaldar a elaboração do presente parecer, considera-se mercado relevante do produto o setor de atividades das empresas Itaú Turismo e Wagons-Lits, qual seja, o de agenciamento de viagens de negócios. Em reunião nesta Secretaria de Acompanhamento Econômico, em xx.xx.02, as Requerentes salientaram que não são operadoras de turismo, exercendo essa atividade apenas excepcionalmente, ou seja, para atender a demandas de viagens de lazer esporádicas, de pessoas físicas vinculadas às empresas que contratam os serviços das Requerentes. Aliás, naquela mesma reunião, as Requerentes informaram que a empresa Wagons-Lits concentra sua atuação x% em viagens de negócios e os x% restantes em viagens de lazer, disso resultando que o faturamento dessa empresa advém primordialmente das viagens de negócios que comercializa.

14. O mercado relevante do produto no caso em tela, portanto, compreende os serviços de venda de passagens aéreas, reserva de hotéis, locação de veículos, excursões e pacotes turísticos, venda de passagens ferroviárias, serviço de receptivo, venda de seguros relacionados a viagens, obtenção e desembaraço de vistos e de documentação em geral, além de outros serviços correlatos.

15. Na reunião de xx.xx.02, as Requerentes destacaram que embora uma agência de viagens corporativas seja capaz de atender pessoas físicas em busca de viagens de lazer, na prática, essa duplicidade raramente ocorre, uma vez que agências especializadas em viagens de lazer contam com uma estrutura bem distinta das agências especializadas em viagens de negócios. Em outras palavras, a área de atuação das agências pauta a escolha de publicidade específica e de estratégias de *marketing* que se adequem ao perfil do cliente visado (ex: envio de mala direta para empresas, contrastando com a divulgação de viagens na mídia impressa e Internet para pessoas físicas em geral; existência de postos avançados das agências de viagem dentro das empresas-clientes, contrastando com a necessidade de o cliente pessoa física se deslocar até a agência de viagem mais próxima ou contatá-la por telefone/Internet). Em suma, a substitutibilidade entre agências de viagens corporativas e viagens de lazer, ainda que possível, não se verifica na prática.

16. Ressalte-se, ademais, que a cisão entre agências de viagens de turismo e de lazer também é adotada na Europa. A Comissão Européia faz a distinção entre agenciamento de viagens de negócios e viagens de lazer (*Case No COMP/M.2197 – Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV.*; *Case No IV/M.867 – Wagons-Lits/Carlson*), ou seja, considera que viagens corporativas suprem as necessidades de viagem dos funcionários e pessoas vinculadas a uma empresa quando se deslocam

em função dos interesses dessa empresa, ao passo que as viagens de lazer atendem às necessidades da pessoa física nos momentos de lazer e de acordo com seus próprios interesses.

17. Diante dos fatos apresentados, o mercado relevante do produto foi definido como o que compreende os serviços e produtos inerentes ao agenciamento de viagens de negócios.

3.2 MERCADO RELEVANTE GEOGRÁFICO

18. O mercado relevante geográfico a ser considerado no caso em tela terá âmbito nacional. Apurou-se que não subsistem obstáculos significativos para que uma dada empresa deixe de prestar serviços de agenciamento de viagem de negócios a um cliente situado a milhares de quilômetros, ainda que na localidade onde o cliente se encontre, a referida empresa sequer tenha um posto de atendimento. Outrossim, saliente-se a constatação – junto aos clientes das empresas Wagons-Lits e Itaú Turismo¹¹ – de que a substitutibilidade dos serviços de agenciamento de viagens corporativas é plenamente viável em grande parte dos casos, não restando maiores dificuldades para a contratação de outras empresas que atuem nesse setor de atividades. Destaque-se, aliás, que diversos clientes consultados afirmaram já trabalhar com mais de uma empresa de agenciamento de viagens.

19. Acrescente-se, ainda, que em reunião nesta Secretaria, em xx.xx.02, as Requerentes informaram ter clientes em diversos estados, exemplificando que no estado de São Paulo limitam-se a x%¹², fato que confirma o alcance nacional do mercado relevante geográfico. Além disso, não subsistem obstáculos de natureza institucional ou econômica, bem como barreiras legais, que impeçam a atuação de empresas de agenciamento de viagens corporativas fora da localidade em que estão sediadas ou em que possuem postos de atendimento. Assim sendo, para a elaboração do presente parecer considerar-se-á como mercado relevante geográfico todo o território nacional.

4. POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

¹¹ Respostas aos Ofícios n° x/COGSE/SEAE/MF, de 23.10.01; n° x/COGSE/SEAE/MF, de 25.10.01; n° x/COGSE/SEAE/MF, de 24.10.01 e n° x/COGSE/SEAE/MF, de 24.10.01.

¹² A empresa Wagons-Lits está sediada na cidade de São Paulo.

20. As passagens aéreas correspondem à maior parcela das vendas efetuadas pelas agências de viagens corporativas, não obstante também comercializarem outros produtos e prestarem diversos serviços, como reserva de hotéis, locação de veículos, excursões e pacotes turísticos, venda de passagens ferroviárias, serviço de receptivo, venda de seguros relacionados a viagens, obtenção e desembaraço de vistos e de documentação em geral.

21. Há duas fontes de informação a respeito do faturamento das agências de viagens corporativas no que se refere à venda de passagens aéreas destinadas a viagens de negócios. A FAVECC (Fórum das Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais) congrega as vinte e cinco maiores agências de viagens corporativas do Brasil, para as quais contabilizou, no ano de 2000, um volume de vendas de R\$ 6.850.000.000,00 (seis bilhões, oitocentos e cinquenta milhões de reais). Já o BSP (*Bank Settlement Plan*) registrou para as vendas referentes a passagens aéreas utilizadas em viagens de negócios o valor de R\$ 6.833.680.000,00 (seis bilhões, oitocentos e trinta e três milhões, seiscentos e oitenta reais), no mesmo ano de 2000.

22. As Requerentes informaram em reunião nesta Secretaria de Acompanhamento Econômico que as passagens aéreas correspondem a x% das vendas efetuadas pela Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda. e padronizaram esse percentual para as demais agências atuantes no mercado de agenciamento de viagens corporativas, estimando, a partir do valor registrado pela FAVECC, o mercado total em R\$ xx. Vale destacar que esse valor abrange passagens aéreas e todos os demais serviços e produtos comercializados pelas agências de viagens de negócios.¹³

23. Tendo em vista que o faturamento da empresa Wagons-Lits no ano de 2000 foi de R\$ xx, segue que representa aproximadamente x% do mercado total, estimado em R\$ xx. Quanto à empresa Itaú Turismo, seu faturamento no ano de 2000 foi de R\$ xx, valor que representa cerca de x% do mercado total. Tem-se, portanto, que após a operação, a participação da Wagons-Lits no mercado nacional de agenciamento de viagens corporativas passou para x%.

24. Em reunião nesta Secretaria, em xx.xx.02, as Requerentes estimaram que há em torno de cem agências especializadas em viagens corporativas, atuantes no mercado nacional. A título de ilustração, vale ainda acrescentar que, de acordo com a FAVECC, a qual reúne as vinte e cinco maiores empresas, o total do faturamento das associadas, referente a vendas de passagens

¹³ Vide definição do mercado relevante do produto constante no parágrafo 14 supra.

aéreas destinadas a viagens de negócios, representa 55,38% do mercado de agenciamento de viagens corporativas.

25. De acordo com os fatos acima detalhados, segue que a participação da empresa Wagons-Lits no mercado de agenciamento de viagens corporativas é pouco expressiva, representando, após a operação ora analisada, apenas x%. Ocorre, portanto, que esse valor é muito inferior aos 20% considerados como indicativos da possibilidade do exercício unilateral do poder de mercado por parte da empresa adquirente.

26. No que se refere à participação das quatro maiores empresas no mercado nacional de agenciamento de viagens corporativas, não há necessidade de se calcular o C_4 , pois a participação da empresa Wagons-Lits no mercado nacional de agenciamento de viagens corporativas, em si, já é bastante reduzida, afastando, por conseguinte, a possibilidade do exercício coordenado do poder de mercado como uma decorrência da operação.

27. Do exposto, depreende-se ser pouco provável que a aquisição da Itaú Turismo Ltda. pela Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda. possibilite a essa empresa exercer unilateral ou coordenadamente poder de mercado que venha a superar aquele que era capaz de exercer antes da realização da operação. Observa-se, todavia, uma possível complementaridade entre determinados serviços oferecidos pelo Grupo Accor e pelo Conglomerado Itaúsa, respectivamente, capaz de resultar em verticalização.

5. PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

28. Quanto às verticalizações apontadas pelas Requerentes, destaca-se como potencialmente verificável apenas a que conclui que “os serviços de hotelaria (prestados pelo Grupo Accor) são insumos para a prestação de serviços de agenciamento de viagens (por parte do Conglomerado Itaúsa)”. Infere-se, no entanto, que é pouco provável que essa verticalização comprometa o livre funcionamento do mercado, pois é baixa a participação da empresa Wagons-Lits no segmento de agenciamento de viagens corporativas, bem como é a do Grupo Accor no de hotelaria nacional. Tanto é assim que, mesmo ao se considerar o município de São Paulo – cidade

em que se encontra o maior número de hotéis detidos pelo Grupo Accor¹⁴ – a participação de mercado do Grupo no setor de hotelaria local é apenas intermediária, totalizando x%.¹⁵ Acrescenta-se ainda que, dos *flats* existentes na cidade de São Paulo (os quais, junto com os hotéis, integram o segmento de hospedagem), o Grupo Accor administra somente 2,68% das unidades lançadas até o ano de 2000, ocupando a décima posição no respectivo *ranking*.¹⁶ Ademais, a prática antitruste mostra que operações envolvendo verticalizações somente são passíveis de causar problemas à concorrência quando pelo menos um dos setores objeto de análise estiver muito concentrado, o que não se configura no presente caso.

29. Quanto ao mercado de agenciamento de viagens corporativas – o nível a jusante (*downstream*) da cadeia de produção –, no qual a Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda. detém x% do mercado relevante definido, ocorrendo a hipótese de uma nova empresa vir a atuar nesse mercado, a mesma poderá prescindir dos serviços e produtos ofertados pelo Grupo Accor, pois ainda que o grupo tenha atuação nacional, a respectiva rede de estabelecimentos está concentrada em determinados estados e cidades, fato que, por si só, já importaria variadas limitações a essa nova agência, visto que trabalhar apenas com o Grupo Accor não garantiria à essa empresa o amplo e irrestrito atendimento das necessidades de seus clientes.

30. No que se refere ao mercado de hospedagem (hotéis e *flats*) na cidade de São Paulo – o nível a montante (*upstream*) da cadeia produtiva –, este conta com a presença de vários estabelecimentos, sejam eles vinculados a redes ou independentes e, conforme destacado supra, o Grupo Accor administra respectivamente x% dos hotéis e 2,68% dos *flats*, percentuais que lhe conferem uma posição intermediária no mercado local de hospedagem. Contudo, apesar de a participação do Grupo Accor no município de São Paulo não ser desprezível, vale lembrar que a cidade tem um perfil atípico, pois em virtude do enorme número de eventos e negócios que concentra, a rede hoteleira lá instalada tem um movimento muito grande, necessitando de infraestrutura capaz de atender aos mais variados perfis de clientes e em proporções que, via de regra, superam a média das demais capitais nacionais. Em suma, no município de São Paulo o cliente da rede hoteleira pautará sua escolha em uma série de fatores, os quais, devido à dimensão

¹⁴ Na cidade de São Paulo, entre hotéis e *flats*, o Grupo Accor possui x estabelecimentos, comparativamente, em Curitiba, possui x, em Porto Alegre, x e na cidade do Rio de Janeiro, x, conforme resposta das Requerentes ao Ofício x/COGSE/SEAE/MF, de 23.10.01.

¹⁵ Ano de referência: 2001, conforme as requerentes informaram em resposta ao Ofício 690/COGSE/SEAE/MF, de 07.03.02.

da cidade, dificilmente poderiam ser encontrados em todo e qualquer bairro/região ou ofertados por um único grupo de estabelecimentos, fazendo com que a concorrência no segmento de hotéis ocorra de forma natural. Além disso, conforme já salientado no parágrafo 19 supra, a maioria dos clientes da empresa Wagons-Lits (x%) está situada no estado de São Paulo. Subtraindo-se a parcela daqueles que estão fora da capital os quais, portanto, poderiam utilizar os serviços de hospedagem na cidade de São Paulo, conclui-se que, via de regra, as demais empresas-cliente contratam serviços de hospedagem para fora da cidade de São Paulo, uma vez que se assume que a maioria das empresas esteja situada na capital ou num raio próximo a ela. Diante do exposto e considerando que a participação do Grupo Accor no mercado de hospedagem é reduzida nas demais cidades brasileiras, aliada ao fato de que mais da metade do faturamento da empresa Wagons-Lits provém de clientes de São Paulo, segue que a participação de x% do Grupo Accor no mercado de hotéis da cidade de São Paulo não lhe confere poder de mercado suficiente para impactar negativamente a competição no mercado nacional de agenciamento de viagens corporativas.

31. Conclui-se, portanto, que essa concentração vertical não sugere prejuízo à concorrência.

6. RECOMENDAÇÕES

32. Constatou-se que a reduzida parcela do mercado detida pela Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda., mesmo após a realização da operação (x%), não lhe concede a possibilidade do exercício unilateral ou coordenado de poder de mercado, ou seja, é remota a possibilidade de que a aquisição da Itaú Turismo Ltda. por parte da Wagons-Lits Turismo do Brasil Ltda. permita a esta o exercício do poder de mercado. Diante do exposto, recomenda-se a aprovação da presente operação na forma como foi apresentada.

À apreciação superior

¹⁶ *Flats, Apart-Hotéis ou Hotéis-Residência: Caracterização e Desempenho no Brasil e no Município de São Paulo*, pág.152, BNDES Setorial, RJ, set. 2001.

BETTINA NOACK
Assistente Técnica

MARCELO DE MATOS RAMOS
Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico