



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 153 COGSE/SEAE/MF

Brasília, 23 de julho de 2003.

Referência: Ofício nº 3777/2001/SDE/GAB, de 30 de agosto de 2001.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO nº 08012.005395/2001-07.

Requerentes: Medcheque S.A. e Hipercheque Administração e Serviços Ltda.

Operação: Aquisição do ativo carteira de clientes da empresa Hipercheque Administração e Serviços Ltda. pela Medcheque S.A., e posterior associação entre as empresas para continuidade do negócio.

Recomendação: Aprovação, sem restrições.

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 **Medcheque S.A. e Hipercheque Administração e Serviços Ltda.**

1. DAS REQUERENTES

1.1 MEDCHEQUE S.A.

1. A **Medcheque S.A.**¹, doravante “**Medcheque**”, é uma sociedade constituída e organizada segundo as leis da República Federativa do Brasil, que tem como objeto social a

¹ Com sede em São Paulo, SP, na Rua Alves Guimarães, nº 1.297.

prestação de serviços na implantação, administração, intermediação e promoção de sistemas de cheques, cartões, vales ou cupons oriundos de tecnologia exclusiva (impressos ou plásticos com *chip* inteligente - *smart card*), destinados à aquisição de remédios, medicamentos e similares em farmácias e drogarias, clínicas de vacinação e demais estabelecimentos ligados à área de saúde. O faturamento da empresa no último exercício foi **CONFIDENCIAL** no Brasil.

2. A Medcheque, por meio da Sodexo Pass do Brasil, é **CONFIDENCIAL** % controlada pelo Sodexo Pass International, grupo do qual faz parte, de nacionalidade francesa, que também atua na prestação de serviços no segmento de emissão e gestão de documentos para refeição coletiva, cozinha industrial, refeitórios, *catering* em canteiros de obras e plataformas de petróleo. No último exercício o grupo apresentou um faturamento **CONFIDENCIAL** no Brasil, **CONFIDENCIAL** no Mercosul e, **CONFIDENCIAL** no mundo, conforme informações fornecidas pelas Requerentes.

Quadro 1- Composição do Capital Social da Medcheque S.A.

ACIONISTA	QUANTIDADE DE AÇÕES	ESPÉCIE DE AÇÕES
	CONFIDENCIAL	

*ON significa ação ordinária nominativa, sendo que a cada uma delas corresponderá um voto nas deliberações das Assembléias Gerais da empresa.

Fonte: Estatuto Social da Medcheque S.A.

3. O grupo Sodexo Pass International é composto direta ou indiretamente por empresas que atuam no Brasil e no Mercosul, apresentadas a seguir:

- ✓ Cardápio S/C Ltda.;
- ✓ Refeicheque Administração Ltda.;
- ✓ Sodexo do Brasil Comercial Ltda.;
- ✓ Cardápio Informática Ltda.;
- ✓ Columbus Cultural;
- ✓ Editora Comercial, Importação e Exportação Ltda.;
- ✓ Cambaiúva Agrícola e Comercial Ltda.;
- ✓ Nacional Administração de Restaurantes Ltda.

4. Nos últimos três anos o grupo esteve envolvido em atos de concentração

apresentados no Brasil e na América do Sul. Os casos analisados pelos órgãos do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC, obtiveram, por esta SEAE, parecer favorável e sem restrições. Foram eles:

- ✓ Ato de Concentração nº 08012.006784/98-11 – Refeicheque Administração Ltda.;
- ✓ Ato de Concentração nº 08012.003080/99-13 – Banerj Convênios, Serv. e Administração Ltda.;
- ✓ Ato de Concentração nº 08012.005506/00-96 – Transcheck Serviços e Comércio Ltda.

1.2. HIPERCHEQUE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇOS LTDA.

5. A **Hipercheque Administração e Serviços Ltda.**², doravante somente “**Hipercheque**”, é uma sociedade organizada e constituída em conformidade com as leis da República Federativa do Brasil, que atua na prestação de serviços no segmento de emissão de cartões com tarja magnética, destinados à aquisição de remédios, medicamentos e similares em farmácias e drogarias, bem como em clínicas de vacinação e demais estabelecimentos ligados à área de saúde.

6. A Hipercheque é uma sociedade atualmente constituída apenas por pessoas físicas, conforme depreende-se da análise da Terceira Cláusula Contratual, sendo seu capital social representado por quotas de responsabilidade limitada, e dividido entre os sócios da empresa de acordo com a ilustração a seguir:

Quadro 2- Composição Social da Hipercheque Administração e Serviços Ltda.

ACIONISTA	PARTICIPAÇÃO %	QUOTAS	CAPITAL R\$
	CONFIDENCIAL		
TOTAL			

Fonte: Terceira Alteração Contratual da Hipercheque Administração e Serviços Ltda.

7. A Hipercheque apresentou faturamento no último exercício de R\$ **CONFIDENCIAL**. Ressalte-se que a companhia atua somente em território nacional. Nos últimos três anos a empresa não esteve envolvida em qualquer ato de aquisição, fusão, associação ou constituição de *joint ventures* no Brasil e no Mercosul.

2. DA OPERAÇÃO

8. A operação trata-se da aquisição do ativo carteira de clientes da Hipercheque pela Medcheque, e posterior associação entre as empresas para a continuidade do negócio. A carteira de clientes da Hipercheque envolve pessoas jurídicas que contratam com a empresa para a prestação de serviços de gerenciamento de convênio-farmácia, serviço este que possibilita a aquisição de produtos em redes de farmácias credenciadas, mediante a utilização de um cartão com tecnologia apropriada.

9. A operação efetuada entre as empresas Medcheque e Hipercheque foi realizada em duas etapas concomitantes: na data de 10 de agosto de 2001, as partes firmaram o “*Contrato de Compra e Venda de Ativos e Outras Avenças*” por meio do qual foi efetuada a aquisição, pela Medcheque, de ativos da Hipercheque, representados por sua carteira de clientes e estabelecimentos credenciados; simultaneamente a Hipercheque deixou de ser uma empresa operacional e passou a compor o quadro de acionistas da Medcheque.

Quadro 3 – Composição Social da Medcheque antes e após a operação

ACIONISTA	ANTES DA OPERAÇÃO	DEPOIS DA OPERAÇÃO
	CONFIDENCIAL	

Fonte: Dados fornecidos pelas Requerentes em resposta ao anexo I da Resolução 15/98 do CADE.

10. O valor da operação foi de **CONFIDENCIAL**, relativos ao preço da compra do ativo carteira de cliente. Cumpre ressaltar que no parágrafo terceiro da Segunda Cláusula do Contrato, encontra-se ainda uma ressalva referente a prováveis custos da operação, como impostos incidentes sobre ganhos de capital ou sobre transferências, que ficariam sob a responsabilidade da adquirente do ativo, a Medcheque.

11. A submissão do presente ato aos órgãos integrantes do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência ocorreu conforme o determinado no § 3º do artigo 54 da lei 8.884/94, e na Resolução 1/98 do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, ou seja, em função do faturamento do grupo ao qual pertence a Medcheque ultrapassar o parâmetro legal de R\$

² Com sede em Osasco, SP, na Via Panorâmica nº 100, Fazenda Paiva Ramos.

400.000.000,00. A comunicação do ato à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça se deu em 30 de agosto de 2001.

3. DEFINIÇÃO DE MERCADO RELEVANTE

3.1 DIMENSÃO PRODUTO

12. Tanto a Medcheque S.A. quanto a Hipercheque Administração e Serviços Ltda. ofertam serviços no segmento de gerenciamento de convênio-farmácia, mediante a entrega de cartões, oriundos de tecnologia exclusiva, que permitem a aquisição de produtos na rede de farmácias afiliadas. O serviço consiste na emissão de cartões com tecnologia apropriada (magnético ou com *chip*), no fornecimento às empresas clientes, que por sua vez, estabelecem um limite prévio de compras e entregam o cartão para que seus funcionários adquiram medicamentos e similares na rede de farmácias e drogarias credenciadas, efetuando-se, posteriormente, o desconto na folha de pagamento do usuário do cartão. Trata-se, dessa forma, da gestão de todas as etapas do processo descrito, desde o momento da emissão do cartão até o desconto na folha de pagamento do usuário final.

13. Para tanto a Hipercheque utiliza a tecnologia de cartões magnéticos, que realizam transações *on line*, ou seja, mediante conexão entre o estabelecimento e o emissor do cartão por meio de um canal de comunicação pré-estabelecido, por exemplo linha telefônica, sendo todos os dados relativos ao estabelecimento, usuário e transação checados no momento da compra. São gravadas na tarja magnética algumas informações tais como: código do produto, nome do usuário, número do cartão e emissor da aplicação, possibilitando a realização de pesquisa no banco de dados e conseqüente validação dos mesmos, a fim de autorizar ou negar uma transação. No Brasil, todas as instituições financeiras utilizam essa tecnologia em suas operações de crédito e débito, entre outras. O valor unitário médio de um cartão é de aproximadamente R\$ 0,28, variando em função da quantidade de cores que se deseja para a confecção do cartão.

14. A Medcheque, por sua vez, faz uso da tecnologia dos cartões com *chip* ou *smart cards*, como são conhecidos, que possuem um microprocessador instalado no *chip*, sendo que sua capacidade de armazenamento de dados e processamento pode ser definida de acordo com a necessidade do produto. O *smart card* é utilizado em sua grande maioria nas transações *off line*, ou seja, sem necessidade de realizar comunicações entre o estabelecimento e o emissor do cartão no

momento da venda. As transações são debitadas do saldo do cartão do usuário e registradas no equipamento do estabelecimento denominado POS (*Point Of Sale*). No final do dia ou em horários pré-estabelecidos todas as transações são enviadas por intermédio de um arquivo gerado pelo equipamento POS, mediante comunicação *on line*, ou seja, conexão entre o ponto de venda e o emissor do cartão. O custo do cartão depende da capacidade de processamento e armazenamento necessários para atender uma determinada configuração do produto, sendo fixado entre U\$ 2,90 e U\$ 8,00.

15. No que concerne à substituíbilidade dos serviços ofertados pelas Requerentes, segundo informações obtidas em consultas feitas por esta SEAE às concorrentes³, as grandes operadoras do convênio-farmácia ainda são as próprias farmácias, mediante o estabelecimento de convênios diretos com as empresas. Outra possibilidade de prestação do serviço é a atividade desenvolvida pelas pequenas distribuidoras, classificadas como “*Currier de Medicamentos*”, que operam no convênio-farmácia entregando medicamentos diretamente aos usuários nas dependências das empresas. É o caso da Farminco Organização Farmacêutica Ltda.⁴ que desenvolveu um sistema próprio de assistência farmacêutica que leva os medicamentos aos funcionários das empresas/clientes, diariamente, e em todos os turnos de trabalho. A Farminco é um estabelecimento comercial do ramo farmacêutico constituído em farmácia e drogaria com laboratório, estoque, logística e veículos próprios para a entrega dos medicamentos.

16. Por fim, cumpre informar que em resposta a ofício desta SEAE⁵ um cliente da empresa Hipercheque mencionou a possibilidade de realizar o gerenciamento do fornecimento do benefício farmácia internamente, dispensando o serviço terceirizado. Ademais, outro cliente⁶ da citada Requerente afirmou que o serviço poderia ser substituído, não só pelas empresas concorrentes com abrangência nacional ou regional, como também pelos já mencionados convênios diretos com as redes de farmácias e drogarias, e finalmente, por outras políticas de benefícios implementadas pelas empresas e destinadas aos seus funcionários.

17. Sendo assim, definimos, de forma mais ampla, o mercado relevante do produto desse processo como sendo o de **serviços de gerenciamento de convênio-farmácia que permitem a aquisição de produtos na rede de farmácias/drogarias credenciadas.**

³ Ofício nº 658/GOGSE/SEAE/MF de 05 de março de 2002 – Good Card.

⁴ Ofício nº 804/GOGSE/SEAE/MF de 15 de março de 2002 – Farminco Organizações Farmacêuticas Ltda.

⁵ Ofício nº 451/COGSE/SEAE/MF de 08 de fevereiro de 2002 – Mahle Metal Leve S.A.

⁶ Ofício nº 1125/COGSE/SEAE/MF de 22 de abril de 2002 – Carrefour Comércio e Indústria Ltda.

3.2 DIMENSÃO GEOGRÁFICA

18. Segundo as Requerentes⁷, a Hipercheque prestava serviços nos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Espírito Santos, Goiás (Goiânia), Bahia (Salvador e Grande Salvador), Pernambuco (Recife e Grande Recife), Rio de Janeiro (Rio de Janeiro e Grande Rio). A Medcheque prestava serviços nos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Rio de Janeiro (Grande Rio).

19. A assistência técnica fornecida pela Hipercheque, antes da operação, era feita por intermédio das filiais da empresa; ressalte-se que dos 9.000 estabelecimentos credenciados, apenas 800 utilizavam nas transações o equipamento denominado POS, sendo que o restante efetuava transações utilizando-se das maquinas manuais, com consulta à central de atendimento, para obtenção de autorização. A assistência técnica da Medcheque é feita por meio de uma central de atendimento, com envio, caso seja necessário, de técnico ao estabelecimento. Com a associação, a assistência técnica de ambas as empresas foi unificada, passando a ser feita via central de atendimento, não implicando prejuízo para disponibilidade de envio de técnicos, conforme necessidade.

20. Note-se que a Hipercheque, por ser uma das maiores empresas de gerenciamento e administração de vales benefícios do país, ofertava seus serviços em praticamente todo o território nacional, com escritórios nas seguintes localidades à época da operação: Curitiba, Criciúma, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre e Recife. A Medcheque, por sua vez, possuía apenas matriz em São Paulo.

21. Dentre os maiores clientes da Hipercheque em 2000, constavam três em São Paulo, um de Belo Horizonte e um do Rio Grande do Sul.

22. O mercado relevante geográfico deve ser determinado a partir do teste do monopolista hipotético, isto é, o mercado relevante geográfico é definido como o menor grupo de produtos (ou, a menor área geográfica) no qual um suposto monopolista poderia manter seu preço acima do nível competitivo por um período significativo de tempo. Do ponto de vista de um cliente, isto é, uma empresa que solicita o serviço de administração de convênio-farmácia, só é razoável supor que ela possa solicitar o serviço de empresas que disponham de uma rede de aceitação que possa atender os

⁷ Em resposta ao ofício nº 103/GOGSE/SEAE/MF de 11 de janeiro de 2002.

seus beneficiários, isto é, os funcionários do cliente. Dado que os beneficiários dificilmente terão condições de se deslocar além de sua própria cidade para utilizar o benefício do convênio farmácia, resta claro que a dimensão geográfica a ser analisada neste parecer é a local.

23. Sendo assim, definimos o mercado relevante geográfico desse processo como sendo todas as cidades dos estados do **Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul**, nas quais as empresas Medcheque e Hipercheque desenvolviam paralelamente suas atividades através da presença de suas redes de aceitação, num total de 17, quais sejam: Rio de Janeiro, São Paulo, Barueri, Diadema, Guarulhos, Osasco, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Florianópolis, Blumenau, Criciúma, Joinville, São Bento do Sul, São José, Porto Alegre, Caxias do Sul e Pelotas.

4. POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

4.1 DETERMINAÇÃO DA PARCELA DE MERCADO DAS REQUERENTES

24. As participações de mercado apresentadas na tabela 1 a seguir foram construídas a partir de consultas feitas às Requerentes e às suas concorrentes. Ressalte-se que o *market-share* exposto na tabela 1 é o nacional, e não o local, tendo em vista os elevados custos de levantarmos as participações de todos os competidores do mercado relevante de produto definido, em cada uma das cidades onde as Requerentes atuam paralelamente, por tratar-se de um mercado extremamente fragmentado, de existência relativamente recente e em expansão, com outros agentes prestando serviços considerados substitutos dos serviços ofertados pelas requerentes, e que ainda constituem o grande percentual de participação do mercado em questão. Um bom exemplo desta afirmação é a possibilidade de convênios feitos diretamente entre as empresas e as redes de farmácias e drogarias, ou ainda das distribuidoras⁸ que entregam aos usuários medicamentos diretamente nas empresas que contratam o convênio, conforme já comentado na definição do mercado relevante de produto.

25. Em que pese o fato da definição de mercado relevante geográfico abranger apenas dezessete cidades brasileiras, a saber: Rio de Janeiro, São Paulo, Barueri Diadema, Guarulhos, Osasco, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Florianópolis, Blumenau, Criciúma, Joinville, São Bento do Sul, São José Porto Alegre, Caxias do Sul e Pelotas, esta SEAE ressalta a dificuldade encontrada ao longo da análise em disponibilizar dados em relação aos serviços

substitutos prestados pelas grandes redes de farmácias e drogarias em bases locais, tendo em vista que a efetivação de tais convênios diretos destas últimas com as empresas/clientes é em grande medida um fenômeno posterior ao presente ato de concentração, razão pela qual a tabela exposta a seguir deve ser interpretada apenas como indicativo do comportamento de empresas que atuam nos mesmos moldes das Requerentes em nível nacional.

Tabela 1 – Participação de Mercado do Segmento Convênio-Farmácia no Brasil – ano 2000

EMPRESAS	FATURAMENTO	PARTICIPAÇÃO %
Hipercheque Administração e Serviços S.A.	CONFIDENCIAL	CONFIDENCIAL
Good Card		
Medcheque S.A.		
Golden Farma		
Ticket Farma (Grupo Accor)		
Total		
Soma da Medcheque e Hipercheque		

Fonte: Dados obtidos em consulta às Requerentes e suas concorrentes.

26. Como pode-se notar dos dados constantes na tabela 1, considerando-se apenas as empresas atuantes no mercado nos mesmos moldes das Requerentes em nível nacional, a participação de mercado da Medcheque, após a sua associação com a Hipercheque, passará de **CONFIDENCIAL %** para **CONFIDENCIAL %**.

27. Uma outra forma possível de analisar as participações de mercado é por meio dos dados disponíveis em relação às Requerentes para cada um dos mercados locais onde há concentração, como exposto na tabela 2 abaixo.

Tabela 2 – Faturamentos das Requerentes nos Mercados Concentrados – ano 2000

ESTADO	CIDADES	Receita total		(2)/(1)
		Hipercheque (1)	Medcheque (2)	
São Paulo	Barueri	CONFIDENCIAL		
	Diadema			
	Guarulhos			
	Osasco			
	São Bernardo do Campo			
	São Caetano do Sul			
	São Paulo			

⁸ Ver item 17.

Rio de Janeiro	Rio de Janeiro			
Santa Catarina	Blumenau			
	Criciúma			
	Florianópolis			
	Joinville			
	São Bento do Sul			
	São José			
Rio Grande do Sul	Caxias do Sul			
	Pelotas			
	Porto Alegre			

28. Mesmo considerando que apenas estas duas empresas explorassem os mercados identificados, vê-se que a aquisição, em alguns casos, teria pouca ou nenhuma expressão, seja porque não adviria nexo causal entre a operação e o domínio de mercado pela adquirente, seja pela inexpressividade dos valores envolvidos na maior parte dos mercados locais.

29. Tomando-se as consequências da operação sobre a dimensão nacional do mercado, vemos que a participação das quatro maiores empresas neste mercado (C4) permaneceu inalterada nos CONFIDENCIAL %, o que poderia nos levar a uma análise da existência de condições para uma provável coordenação de decisões entre elas. Entretanto, pode-se previamente concluir que, uma vez que o C4 já estava acima de 75% antes da operação, não há nexo causal entre o referido índice estar acima do parâmetro e um possível aumento de concentração decorrente da presente operação. Observa-se que tanto a empresa Medcheque, quanto a Hipercheque, já estavam entre as quatro maiores empresas antes da operação, sem que se tenha registrado, até o momento, qualquer indício de colusão.

30. Cumpre ressaltar que a baixa participação de mercado da empresa Ticket Farma, pertencente ao grupo Accor, deveu-se ao fato de que o faturamento experimentado em 2000 diz respeito, tão somente, aos últimos três meses daquele exercício financeiro. Conforme informações prestadas em resposta a ofício⁹ desta SEAE, o grupo Accor lançou no segundo semestre de 2000, como extensão da linha de produtos, o Ticket Farma - convênio-farmácia nos mesmos moldes das Requerentes. A empresa está em processo de expansão, tendo em vista a larga *expertise* da Ticket Serviços S.A. na gestão de benefícios¹⁰ e meios de pagamentos, o que fica comprovado pelo

⁹ Ofício nº 3476/COGSE/SEAE/MF de 25 de outubro de 2001. – Ticket Serviços S.A.

¹⁰ Conforme consulta ao site da empresa Ticket (www.ticket.com.br) verifica-se que a empresa oferece, além do Ticket Farma, os seguintes produtos: Ticket Alimentação, Ticket Refeição - ambos com atuação no PAT, Programa de Alimentação do Trabalhador, trata-se de um programa do Governo Federal que procura viabilizar uma renda adicional ao trabalhador e tem por objetivo a melhoria da situação nutricional do trabalhador; o Ticket Transporte - serviço

aumento significativo em relação ao exercício anterior: até setembro de 2001 a Ticket Farma havia alcançado R\$ CONFIDENCIAL de faturamento líquido o que representava CONFIDENCIAL % do faturamento total da Ticket Serviços contra CONFIDENCIAL % em 2000.

31. Ademais, esta SEAE atenta para o fato de que os números apresentados podem estar superestimados se considerarmos que as grandes operadoras do convênio-farmácia ainda são as próprias farmácias, com convênios diretos com as empresas, de maneira que o volume gerado de convênios fica embutido no faturamento das redes de farmácias, não identificado no volume global apresentado. Conforme dito anteriormente, outra atividade que impossibilita uma clara estimativa desse mercado é a exercida pelas pequenas distribuidoras, que operam no convênio-farmácia entregando medicamentos diretamente aos usuários nas dependências das empresas.

32. A exemplo do que se afirmou acima, podemos citar a rede de drogarias São Paulo¹¹ que firmou convênio-farmácia com a SABESP para o fornecimento aos funcionários de um “cheque-farmácia” nominal ao mesmo, de valor pré-estipulado, cujo crédito pode ser utilizado total ou parcialmente em qualquer rede de farmácias conveniadas. Tal convênio movimentou um volume de vendas na ordem de R\$ CONFIDENCIAL. Se incluído na tabela 1 de participação de mercado acima, tal valor reduziria significativamente a parcela de mercado detida pelas Requerentes de CONFIDENCIAL % para CONFIDENCIAL %.

33. Outra rede de farmácia consultada, a Drogasil, atua no mercado de convênio-farmácia de duas maneiras, a saber: mediante a emissão de cartão próprio da rede e convênio direto com as empresas, bem como a admissão de cartões das demais administradoras de convênio do benefício. Contudo, no ano de 2000 a referida rede não possuía cartão próprio, tendo sido este implantado apenas em julho de 2002.¹²

34. Da mesma maneira, quando oficiada por esta SEAE, a rede de drogarias Droga Raia¹³ confirmou sua atuação no segmento de gestão de convênio-farmácia próprio e estabelecido de forma direta com as empresas. Ressaltou, ainda, que mensalmente os valores consumidos pelos usuários do cartão Droga Raia são enviados por meio de arquivos eletrônicos para as

empresarial que oferece uma atividade de separação, envelopamento e entrega de vales-transporte; Ticket Car - criado para atender à necessidade das empresas de reduzir custos na administração das despesas com veículos ou de um controle apurado de sua frota, e por fim SEPAR – que antecipa o reembolso dos estabelecimentos credenciados a um dos produtos retromencionados.

¹¹ Em resposta ao ofício nº 3465/COGSE/SEAE/MF de 26 de novembro de 2002.

¹² Em resposta ao ofício 3468/ COGSE/SEAE/MF de 26 de novembro de 2002.

empresas/clientes que efetuam os débitos nas folhas de pagamento de seus funcionários, repassando, posteriormente, o total descontado para a rede de drogarias credenciada.

35. Ainda acerca da atuação substituta aos serviços prestados pelas Requerentes, em consulta aos respectivos *sites*, comprovou-se a existência de várias empresas que oferecem a modalidade de serviço de gerenciamento de convênio-farmácia; trata-se do *Pharmacy Benefit Management* – PBM. Definido como um serviço especial para o suporte do benefício farmácia, o PBM segue normas de padrão internacional e baseia-se em ferramentas de informática. Tem por objetivo proporcionar às empresas uma melhor administração e controle mais detalhado sobre o uso de medicamentos oferecidos aos seus funcionários como benefício farmácia.

36. Nesse contexto podemos citar as empresas a seguir: a Prevsaude,¹⁴ empresa administradora de benefício farmácia responsável pelo desenvolvimento, implantação e/ou gestão de planos de benefícios de medicamentos, reembolso de medicamentos prescritos em receituário médico, atua no mercado nacional há cerca de cinco anos, fornecendo e administrando planos de benefícios de farmácia personalizados e específicos à necessidade de cada cliente - planos de saúde, seguro saúde, autogestão e cooperativas médicas são exemplos de alguns dos serviços ofertados pela Prevsaude; a e-Pharma,¹⁵ criada em 1999 mediante a associação de profissionais da área de saúde e empresas do setor privado nacional, caracteriza-se por dedicar-se ao gerenciamento de benefícios farmacêuticos por meio do credenciamento de grandes redes de farmácia em mais de 15 estados brasileiros, formando canais de autorização para o desenvolvimento de seus programas de benefícios de medicamentos; a Vidalink,¹⁶ fundada em 2000, da mesma forma que as anteriormente citadas, dedica-se ao gerenciamento do benefício-farmácia, e tem como sócios o grupo Martins, com atuação no mercado de distribuição atacadista, e a Latinvest/Globalvest Management Group;¹⁷ por fim, a empresa Funcional Card¹⁸ emite um cartão magnético que possibilita ao seu usuário a aquisição de medicamentos e afins na rede de farmácias credenciadas mediante o posterior desconto em folha de pagamento.

¹³ Em resposta ao ofício nº 3466/COGSE/SEAE/MF de 26 de novembro de 2002.

¹⁴ Informações obtidas em consulta ao *site* da empresa (www.prevsaude.com.br) acessado no dia 10 de fevereiro de 2003.

¹⁵ Informações obtidas em consulta ao *site* da empresa (www.epharma.com.br) acessado no dia 12 de fevereiro de 2003.

¹⁶ Informações obtidas em consulta ao *site* da empresa (www.vidalink.com.br) acessado no dia 12 de fevereiro de 2003.

¹⁷ Com investimentos em mais de 15 companhias de tecnologia e infra-estrutura no Brasil, a Globalvest é um fundo de investimento, tendo como principal cotista a GE Capital, braço financeiro da General Electric, Inc, com mais de 20 anos de experiência em investimentos na América Latina, contando com US\$ 1.1 bilhão investidos no Brasil.

¹⁸ ¹⁸ Informações obtidas em consulta ao *site* da empresa (www.funcionalcard.com.br) acessado no dia 10 de março de 2003.

37. Entretanto, ainda que comprovada a provável subestimação do tamanho do mercado de convênio-farmácia, a carência de informações completas e detalhadas sobre o faturamento de todos os *players* do setor nos mercados locais e o aparente aumento da concentração causado pela operação sugerida pela análise na dimensão nacional (esta também provavelmente apresentando uma concentração superestimada) leva esta Seae, por prudência e boa técnica, a prosseguir na análise no intuito de analisar se estão presentes condições que tornem possível às Requerentes exercer unilateralmente seu poder de mercado.

5. PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

38. Nesta etapa verificaremos se existem condições para o exercício unilateral de poder de mercado por parte das Requerentes .

5.1 CONDIÇÕES DE ENTRADA

39. O exercício de poder de mercado por parte da nova empresa formada será considerado improvável quando a entrada de uma empresa hipotética no mercado relevante for “tempestiva”, “provável” e “suficiente”. A análise das condições de entrada será efetuada no mercado de administração de convênio- farmácia, em que estão presentes as condições que possibilitam à nova empresa formada exercer unilateralmente seu poder de mercado.

5.1.1 TEMPESTIVIDADE DA ENTRADA:

40. A entrada será considerada “tempestiva” quando existir uma alta probabilidade de ocorrer em um período de tempo igual ou inferior a dois anos. Pode-se observar, neste particular, a facilidade de entrada das redes de farmácias no mercado em questão, tendo em vista que as mesmas possuem toda estrutura logística e *expertise* necessárias para a prestação de serviços afins ao convênio-farmácia, bastando, para tanto, estabelecer contratos de maneira direta com as empresas que desejem fornecer aos seus funcionários o benefício farmácia.

5.1.2 PROBABILIDADE DA ENTRADA:

41. A entrada será considerada “provável” quando as escalas mínimas viáveis forem inferiores às oportunidades de venda no mercado a preços pré-concentração¹⁹, ou seja, quando o montante mínimo de investimento necessário para construção e instalação de um empresa de administração de convênio-farmácia for inferior à parcela de mercado potencialmente disponível a uma nova empresa no setor, considerar-se-á a entrada provável de ocorrer.

42. As condições de entrada no mercado relevante, fornecidas pelas concorrentes²⁰, são as seguintes: (i) relacionamento com a rede de estabelecimentos; (ii) tecnologia para o processamento de cartões; (iii) geração dos arquivos para desconto em folha de pagamento; (iv) autorização e captura das informações. Os investimentos são proporcionais à sofisticação, segurança e serviços que a empresa deseje ofertar para este mercado, além de desenvolvimento de diferenciais mercadológicos e competitivos que identifiquem ser viáveis de serem aplicados por uma empresa entrante no segmento.

43. Em que pese o fato de haverem sido questionadas, tanto as Requerentes quanto as demais empresas não fizeram menção aos custos dos investimentos. Em particular, a construção de uma rede de aceitação pode ser um investimento relativamente custoso para um novo entrante no mercado, embora esta afirmativa tenha que ser relativizada no caso das próprias redes de farmácias. Some-se a isso o fato de que este se trata de um mercado em franca expansão: segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, o setor de benefícios sociais a funcionários dobrou no Brasil nos últimos anos e já atinge cerca de 63% das empresas privadas do país²¹.

5.1.3 SUFICIÊNCIA DA ENTRADA:

44. Se a entrada de uma empresa é tempestiva e provável, ela será, em geral, suficiente para restringir uma possível utilização do poder de mercado por parte da “nova” empresa formada²² ou, em outras palavras, essa entrada atenderá à condição de suficiência.

¹⁹ Ver Guia para Análise de Atos de Concentração, página 35.

²⁰ Idem nota 7.

²¹ De acordo com resultados da pesquisa Ação Social das Empresas realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada IPEA, disponível no *site* <http://www.ipea.gov.br/asocial/>.

²² Para simplificação da análise, o exercício de poder de mercado por parte de uma empresa consistirá no ato desta aumentar seus preços.

45. A questão principal é saber se uma nova empresa participante no mercado de administração de convênio-farmácia tem a capacidade de inibir a possibilidade de exercício de poder de mercado da Medcheque após o presente ato concentracionista. Diante das condições de entrada elencadas anteriormente, podemos concluir que, apesar do ingresso nesse mercado provavelmente requerer um nível relativamente alto de investimentos (excetuando-se o caso dos entrantes que já sejam redes de farmácias), existe a possibilidade de que uma nova empresa num curto lapso temporal torne-se um competidor efetivo e inibidor de um possível abuso no poder de mercado exercido pela Medcheque após o ato de concentração ora analisado.

46. A exemplo do que se afirmou, podemos citar o caso da VR Vales, empresa do grupo VR²³, que atua no segmento de vale-benefícios (Refeição, Alimentação, Combustível, Transporte entre outros). Segundo informações disponibilizadas em seu *site*, a partir de 1998 o grupo priorizou seus investimentos na substituição definitiva dos vales em papel para o cartão eletrônico, tendo sido a pioneira na implantação de redes de cartões inteligentes: lançada em agosto de 2000, a rede do grupo já está sendo testada na cidade de Goiânia, com 7 mil cartões ativos e 700 POS instalados; a previsão é de que a rede comece a ser instalada no segundo semestre de 2002.

47. Como se pode depreender do exemplo citado acima, há a possibilidade de que empresas que detenham a estrutura logística necessária à prestação de serviços afins ao convênio-farmácia ingressem nesse segmento e inibam um possível exercício de poder de mercado da líder, a Medcheque. Além disso, como já comentado neste parecer, após a operação várias empresas entraram nesse segmento, demonstrando-se, de certa forma, que essas entradas, além de terem atendido aos critérios de tempestividade e probabilidade, foram suficientes para contrabalançar a possível probabilidade de exercício de poder de mercado das requerentes.

²³ O grupo VR, citado como potencial concorrente das Requerentes em resposta ao ofício nº451/COGSE/SEAE/MF de 08 de fevereiro de 2002 – Mahle Metal Leve S.A., foi criado em 1977 com atuação voltada para o segmento de vales refeição/alimentação, atualmente o grupo conta com 17 mil empresas/clientes, uma rede de milhares de estabelecimentos conveniados e um universo de usuários de dois milhões de trabalhadores em todo Brasil. Com um faturamento de R\$ 2,3 bilhões em 2000, a empresa ampliou seu leque de produtos e criou outros benefícios para atender às necessidades do profissional de recursos humanos. Hoje o grupo VR disponibiliza os seguintes produtos: Vale-Refeição; Vale-Alimentação; Vale-combustível; Vale-Transporte; Kit-Benefício (envelopes personalizados com a quantidade mensal de vales destinada a cada funcionário das empresas conveniadas); CDVR (linha de crédito destinada exclusivamente aos funcionários dos clientes do grupo VR); Vale-Desconto (sistema de cuponagem para os segmentos de *fast-food*, entretenimento e serviços).

5. RELAÇÕES VERTICAIS

48. Nesta fase, há que se ressaltar que durante a análise do presente ato, esta SEAE constatou que, em que pese o fato de as Requerentes afirmarem que a Hipercheque não pertencia a nenhum grupo econômico, sendo controlada apenas por pessoas físicas, em consulta ao *site* institucional da empresa²⁴, encontrou-se a informação de que a Hipercheque, em agosto de 1999, passou a ser controlada pelo grupo Santa Cruz, que é uma distribuidora de medicamentos²⁵. A relação existente entre a Hipercheque e o grupo Santa Cruz ocorre em razão do sócio Gilberto Mayer Filho ter participação no capital social da Distribuidora de Medicamentos Santa Cruz. Todavia, as Requerentes afirmaram²⁶ que, atualmente e quando das negociações de compra do ativo da Hipercheque, não existia mais relação direta entre a Hipercheque e o grupo Santa Cruz, o que teria, inclusive, motivado a presente operação. Sendo assim, não há motivos para que sejam analisadas as possíveis conseqüências de uma integração envolvendo verticalização no presente ato de concentração.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE A OPERAÇÃO

49. Tendo em vista todo o exposto, pode-se dizer que é pouco provável que as empresas administradoras de convênio-farmácia logrem bons resultados em qualquer tentativa de exercício unilateral ou coordenado de poder de mercado. Isto se deve fundamentalmente às considerações que faremos em seguida.

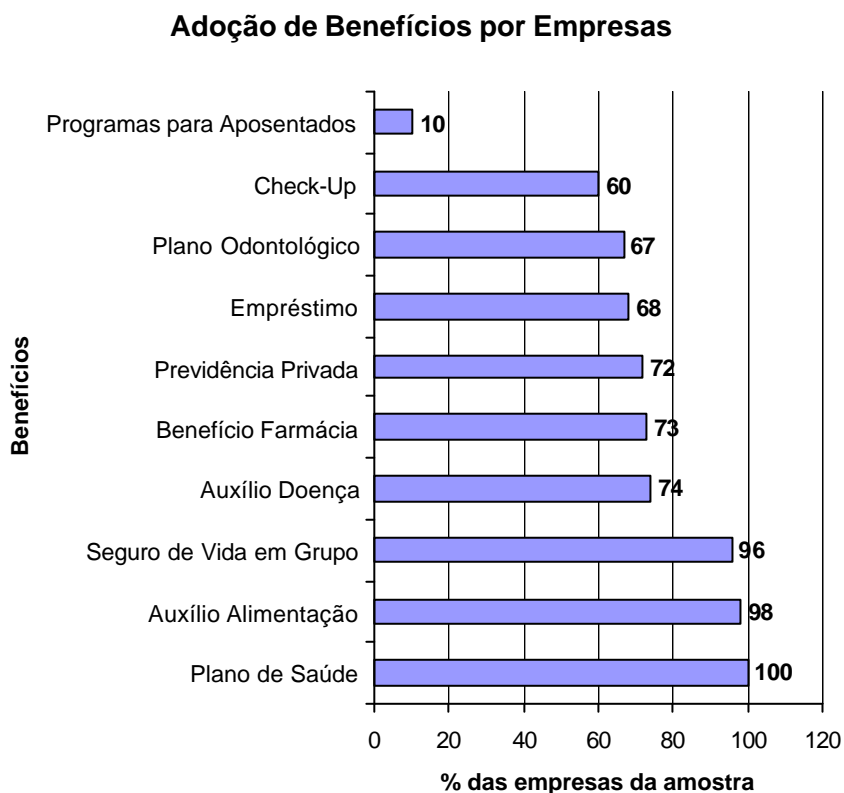
50. Conquanto o serviço administração de convênio farmácia possa ser bem identificado e até mesmo tomado como um mercado relevante de produto em si, é importante, para bem caracterizar a possibilidade de exercício de poder de mercado das Requerentes na presente operação, entender a lógica da utilização desse serviço por parte das empresas clientes. Ocorre que o benefício farmácia é apenas um benefício dentre uma cesta de benefícios que as empresas podem adotar no intuito de reforçar suas políticas de Recursos Humanos que se destinam, em última análise, a atrair e manter talentos em suas organizações. Hipoteticamente, uma empresa que seja ineficiente quanto à sua capacidade de atrair e reter bons funcionários perderá competitividade

²⁴ www.hipercheque.com.br

²⁵ Com 46 anos de tradição no mercado farmacêutico, o Grupo Santa Cruz atualmente é formado pela Distribuidora Santa Cruz e as farmácias Farmarede. A Distribuidora Santa Cruz, principal empresa do Grupo, atende 23 mil clientes entre farmácias, perfumarias, hospitais e clínicas, comercializando medicamentos, produtos de higiene e perfumaria. (www.stacruz.com.br).

perante outras empresas do seu setor; isto é o que motiva as empresas a adotarem pacotes de benefícios (que nem sempre são extensivos a todos os funcionários, diga-se de passagem, embora em certos casos haja exigência legal de sua adoção para empresas dentro de determinados parâmetros, como é o caso do auxílio-alimentação).

51. Destarte, uma vez confrontada com uma tentativa de exercício de poder de mercado por parte das empresas prestadoras do serviço de convênio-farmácia, existe uma ampla gama de outros tipos de benefícios (monetários e não monetários) de que as empresas podem lançar mão para permanecer atraentes do ponto de vista de seus atuais e futuros funcionários. O gráfico abaixo mostra o grau de adoção de diversos tipos de benefícios por uma amostra de 222 empresas pesquisadas pela empresa de consultoria Towers Perrin para o biênio 2001-2002²⁷:



52. Além disso, mesmo dentro do mercado de convênio farmácia existem fatores que inibiriam o exercício de poder de mercado pelas Requerentes. Como já citado, as grandes operadoras nesse mercado ainda são as próprias farmácias e drogarias que estabelecem convênios

²⁶ Em resposta ao ofício nº 103/COGSE/SEAE/MF de 11 de janeiro de 2002.

²⁷ Benefícios no Brasil 2001-2002 - Towers Perrin

http://www.towers.com/towers/webcache/towers/Brazil/publications/Reports/Beneficios_2001_2002/Beneficios_2001_2001.pdf

direto com as empresas. Outra alternativa é a atuação das pequenas distribuidoras que operam no convênio-farmácia entregando medicamentos diretamente aos usuários nas dependências das empresas. Por fim, há que se ressaltar a possibilidade de internalização desse serviço nas próprias empresas.

53. Diante de tais considerações, podemos concluir que, na hipótese de abuso de poder de mercado exercido pela Medcheque, e na falta de outro fornecedor competitivo para os serviços de convênio-farmácia em suas cidades, restaria ainda, em última instância, às empresas consumidoras desses serviços, a possibilidade de alterarem sua política de benefícios.

54. Assim sendo, a análise não evidencia impactos negativos na estrutura concorrencial do mercado relevante definido e, portanto, recomenda-se a aprovação do ato sem restrições, sob o ponto de vista estrito da defesa da concorrência.

À apreciação superior.

ANA PAULA DÓRIA DE CARVALHO

Coordenadora

MARCELO DE MATOS RAMOS

Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

LUIS FERNANDO RIGATO VASCONCELLOS

Secretário-Adjunto de Acompanhamento Econômico

De acordo.

JOSÉ TAVARES DE ARAUJO JUNIOR

Secretário de Acompanhamento Econômico