



Ministério da Justiça - MJ

Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE

SEPN 515 Conjunto D, Lote 4 Ed. Carlos Taurisano, 4º andar - Bairro Asa Norte, Brasília/DF, CEP 70770-504
Telefone: (61) 3221-8409 - www.cade.gov.br

NOTA TÉCNICA PÚBLICA Nº 20/2018/ DEE/CADE

Referência: Ato de Concentração nº 08700.003662/2018-93

Requerentes: Prosegur Brasil S.A. Transportadora de Valores e Segurança e Transfederal Transporte de Valores Ltda.

Ementa: Ato de Concentração referente à aquisição pela Prosegur Brasil S.A. Transportadora de Valores e Segurança (Prosegur) da empresa Transfederal Transporte de Valores Ltda. Análise dos possíveis efeitos concorrenciais gerados pela operação.

Versão: Pública.

1. Escopo da nota

O Ato de Concentração (AC) em análise consiste na aquisição, pela Prosegur Brasil S.A. Transportadora de Valores e Segurança – “Prosegur” -, da totalidade dos negócios dedicados à prestação de serviços de transporte de valores (transporte, processamento de numerário e tesouraria) da empresa Transfederal Transporte de Valores Ltda. – “Transfederal” nos Estados de Goiás, Tocantins e Minas Gerais e no Distrito Federal (doravante, a Operação).

A Prosegur, é uma empresa do Grupo Prosegur, que atua no setor de segurança privada, prestando atividades relacionadas a consultoria em segurança, gestão de caixas eletrônico, entre outras, inclusive ofertando serviços de transporte e custódia de valores.

A Transfederal é uma empresa do grupo Confederal que atua em especial no setor de transporte e custódia de valores, processamento de numerário, escolta armada e segurança privada, além de outras atividades acessórias. A Transfederal foi constituída em 2016 e iniciou as atividades em 2017 sendo criada a partir da segregação dos negócios de Confederal Vigilância e Transporte de Valores Ltda. Ambas as empresas fazem parte da holding Remmo Participações S.A. e integram o mesmo grupo econômico (“Grupo Confederal”).

O mercado de transporte e custódia de valores (TV) pode ser caracterizado como o transporte de valores (ou numerários) via o uso de carros-fortes com origem e/ou destino em instituições financeiras, estabelecimentos comerciais, caixas eletrônicos e equipamentos de autoatendimento ou bases operacionais de transportadoras de valores. Portanto, para efeito de análise a nota se aterá ao serviço acima descrito.

Ademais, em relação a área de atuação das requerentes, deve-se destacar que a Prosegur presta serviços em praticamente todo o território brasileiro, enquanto a Transfederal tem as atividades presentes nos estados do Tocantins, Minas Gerais, Goiás e também no Distrito Federal. Dessa maneira, ressalta-se que hoje há sobreposição das atividades prestadas pelas requerentes nas quatro unidades federativas elencadas.

Portanto, a sobreposição do serviço analisado na presente nota se refere ao serviço de transporte e custódia de valores referente aos estados do Tocantins, Minas Gerais, Goiás e ao Distrito Federal.

Além disso, para a análise em questão deverão ser considerados os outros agentes participantes do mercado, como a Brink’s, Rodoban, Federal, Tecnoguarda, entre outros ofertantes do referido serviço. Esta

nota técnica analisará o mercado em questão e sua estrutura e, assim, verificará os possíveis efeitos negativos que poderiam ser gerados pela presente operação.

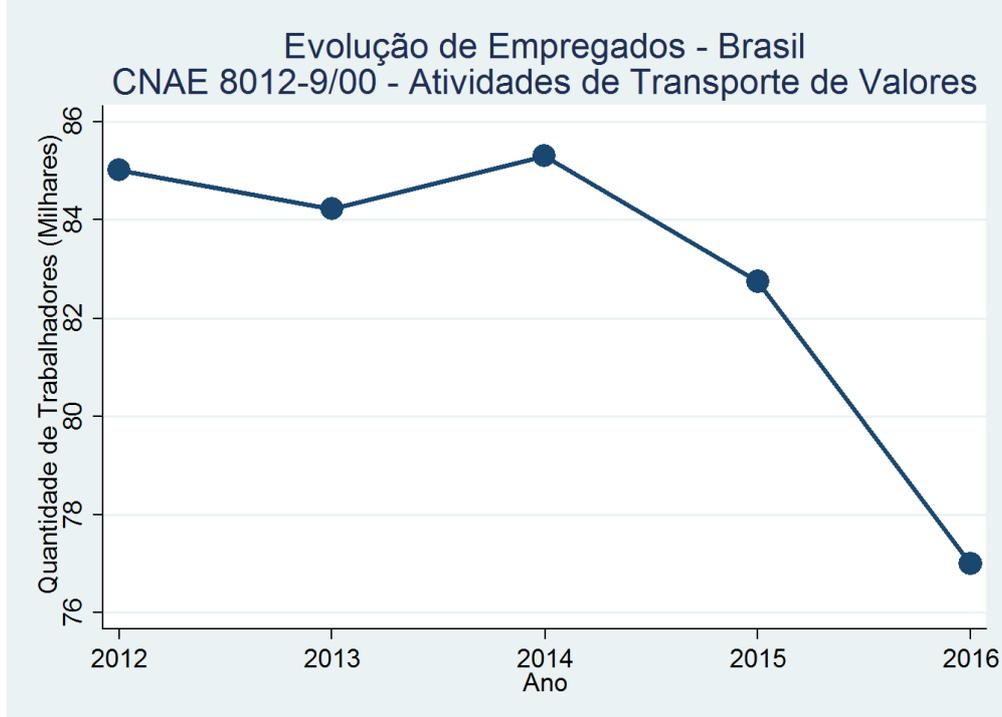
Para isso, as seguintes etapas de análise são realizadas. A seção 2 apresenta alguns indicadores do mercado analisado em termos agregados. A seção 3 examina as características desse mercado com base nas informações disponíveis nos ofícios presentes no processo entre os quais, o grau de similaridade do produto de transporte e custódia de valores, o papel do preço, os principais fatores de diferenciação de serviços/produtos desse mercado, similaridades decorrentes da forma de produção e, finalmente, o poder de barganha dos clientes. A seção 4 avalia se, tendo em vista as características de mercado observadas na seção anterior, a operação em análise apresentaria possíveis efeitos negativos. Por fim, a quinta seção mostra a conclusão desta nota.

2. O mercado de transporte e custódia de valores

É possível segmentar os ofertantes de em dois grupos de empresas: o primeiro consiste em firmas de maior porte e que atuam em diversos estados com representatividade e participação de mercado no Brasil como um todo. Nesse segmento, enquadram-se, por exemplo, o Grupo Protege, a Brink's e a Prosegur. O segundo grupo, por sua vez, é composto de empresas menores, com atuação limitada a poucos estados, mas podendo possuir elevada participação localizada, em estados específicos. A Transfederal é um exemplo desse segundo grupo visto que ela atua em uma quantidade restrita de estados, porém com relevantes participações em alguns desses.

Inicialmente, é adequado descrever como esse mercado se comportou nos últimos cinco anos. Utilizando dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), obtemos a quantidade de empregos formais do setor de transporte de valores no Brasil, conforme descrito na Figura 1 a seguir. Os dados de 2016 da RAIS são os últimos disponíveis até o presente momento.

Figura 1
Evolução no número de empregos formais no setor de transporte de valores (Brasil)



Fonte: DEE utilizando dados da RAIS.

É possível perceber que houve uma queda no número de empregados nesse setor, o que implica numa contração de 9,4% no período avaliado. Uma possível explicação para essa redução pode ser a crise econômica evidenciada no Brasil, sobretudo, a partir de 2015. Assim, tem-se que esse mercado esteve em retração até 2016 (último ano disponível de dados da RAIS).

Mediante análise do faturamento, dado esse obtido na instrução do Ato de Concentração, a Figura 2.1 apresenta a evolução do número de carros-fortes do mercado para os estados em que há sobreposição entre as requerentes. Ademais, a Figura 2.2 mostra o somatório do faturamento de todas as empresas atuantes no mercado de TV em valores corrigidos pela inflação.

Figura 2.1
Evolução da quantidade de carros-fortes

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

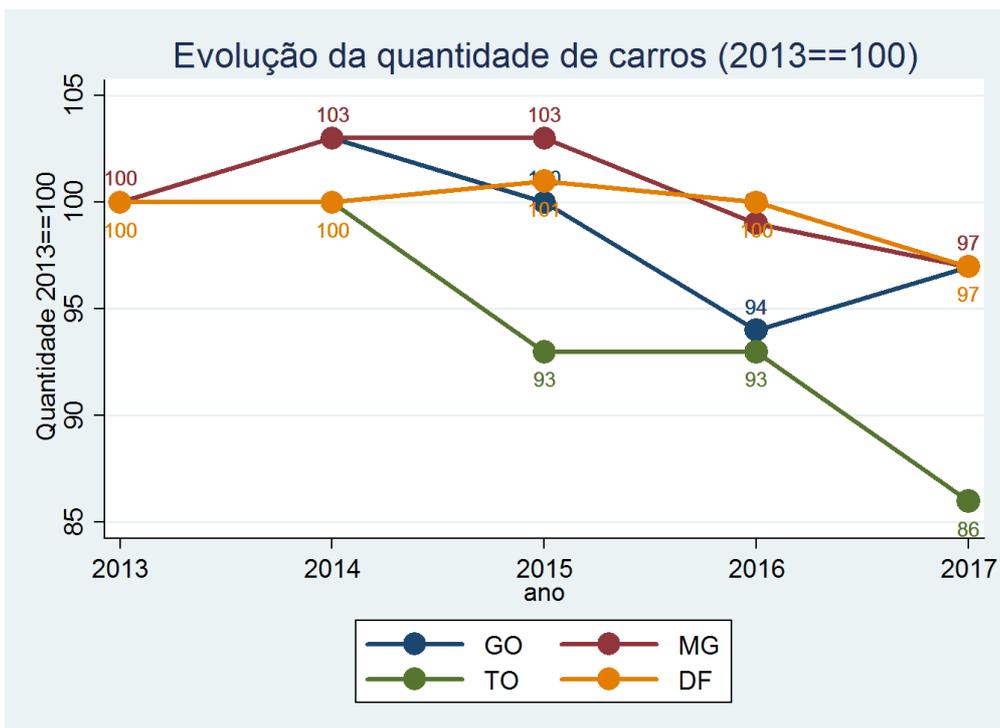
Figura 2.2
Evolução do Faturamento TV para os estados de DF, GO, MG e TO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: DEE utilizando dados de ofícios, em milhares de R\$ a preços constantes de 2017.

Da figura acima temos que Minas Gerais é o maior mercado em termos de faturamento, possuindo mais que o dobro da receita do segundo mercado que é do Distrito Federal. Já o estado de Goiás possui faturamento e inferior ao Distrito Federal. O menor estado, em termos de faturamento, é Tocantins que é cerca de quatro vezes menor que o estado de Goiás. Tanto a evolução do número de carros-fortes como do faturamento pode ser percebida de forma mais clara nas Figura 3.1 e 3.2, respectivamente, que padroniza os valores do ano de 2013 pelo índice 100.

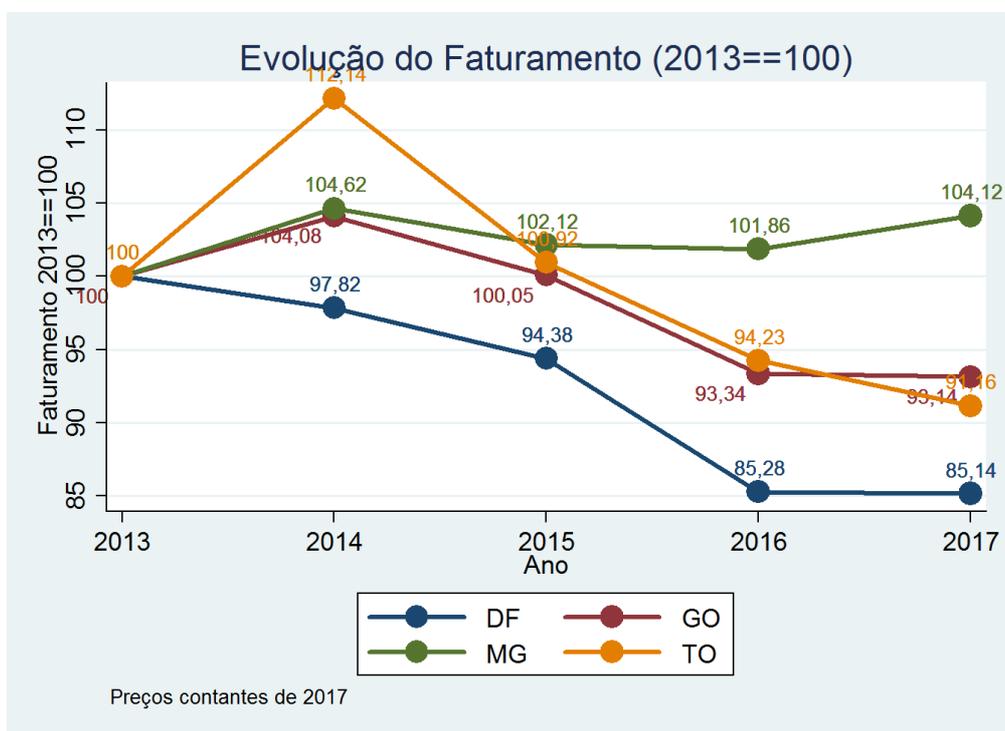
Figura 3.1
Evolução da quantidade de carros-fortes (2013=100)



Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 3.2

Evolução do Faturamento TV (2013 = 100) para os estados de DF, GO, MG e TO.



Fonte: Produção do DEE utilizando dados de ofícios.

É possível observar pela Figura 3.2 que os últimos cinco anos foram de baixo crescimento ou até mesmo decréscimo de faturamento para todos os estados, exceto para Minas Gerais. Foi observada contração do faturamento total do mercado de TV no período 2014-2016. De 2016 - 2017, MG apresentou retomada do crescimento, enquanto GO e DF apresentaram estagnação e TO continuou a trajetória de queda.

Note-se que as séries da RAIS e o faturamento possuem abrangências diferentes e mesmo assim mostram que o setor aparenta enfrentar dificuldades, pois sinaliza baixo crescimento e demissão de funcionários.

3. As características do produto/serviço ofertado

Assim como definido anteriormente, o serviço analisado pode ser brevemente definido como transporte de valores (ou numerários) via o uso de carros-fortes com origem e/ou destino em instituições financeiras, bases operacionais, entre outros. Nessa seção da nota será feito um maior detalhamento acerca desse mercado.

Dois produtos, de empresas concorrentes, costumam ser considerados homogêneos quando diferem apenas em preço para os consumidores, ou seja, quando os consumidores não percebem diferenças qualitativas relevantes entre eles. Em outras palavras, os consumidores de um mercado de produtos/serviços majoritariamente homogêneos escolheriam o produto/serviço pelo preço, pois não haveria diferenças significativas entre produtos/serviços concorrentes.

Assim, se um mercado oferece produtos homogêneos, o determinante final da escolha do consumidor deve ser o preço. No caso em análise, para checar se os serviços de TV podem ser caracterizados como homogêneo, é necessário verificar se os consumidores (clientes) percebem os serviços de diferentes

empresas de forma similar. A Tabela 1 descreve algumas das respostas obtidas em ofícios listando algumas características de clientes consultados pela SG.

Tabela 1

Respostas de Clientes - DF, GO, MG e TO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Respostas aos ofícios enviados. Elaboração DEE. Nota: N/D = não disponível.

É possível observar graus de diferenciação entre os clientes, que podem ser divididos também em dois grupos: o primeiro, composto por empresas financeiras com elevado poder de barganha para negociar com as empresas de segurança. Incluem-se aqui os grandes bancos, que são os maiores clientes de TV. O segundo grupo de clientes é constituído por varejistas, que demandam menos TV e são mais pulverizados comparativamente às instituições financeiras.

Da lista de 28 clientes da Tabela, 1 tem-se que [RESTRITO AO CADE] do faturamento provém de Instituições Financeiras. Assim, os principais clientes são as instituições financeiras que aparentam possuir condições de barganha em relação a compra do serviço. A afirmação de poder compensatório dos clientes parece ter sentido em especial quando se observa o grande volume de contratação dessas instituições que, ainda por cima, são de número relativamente reduzido.

Outro fator observado da relação entre clientes e fornecedores é a forma de contratação. É possível depreender da Tabela 1 que processos licitatórios e de cotação podem ser considerados as principais formas de contratação para os grandes clientes. Uma vez determinado o vencedor do processo licitatórios os contratos de fornecimento podem ser renegociados ao longo de novos períodos.

A rigidez do processo licitatório e possíveis outras rodadas de negociação dependerão de quem são os clientes, alguns são mais frequentes na negociação que outros. Ou seja, a competição desse mercado não ocorre de forma usual com o fornecedor decidindo preço ou quantidade produzida. O fato de que os clientes não tomam como dado o preço dos fornecedores, não significa que eles não sejam sensíveis à preços como observado na Tabela 2.

Todos os clientes classificaram o fator preço como um dos principais itens de escolha para a prestação do serviço. O Banco do Brasil (SEI nº 0503543) e a Caixa (SEI nº 0509836), por exemplo, indicaram que o preço é o único fator importante no momento do processo licitatório, recebendo nota máxima em relevância. [RESTRITO AO CADE] e o Santander (SEI nº 0501129) também avaliaram esse fator com o mais alto grau de importância para a escolha da prestação do serviço.

Ademais, para [RESTRITO AO CADE] o preço só não é mais importante do que a capilaridade. Porém, segundo a instituição, isso ocorre por falta de opção em muitas regiões dos estados e interior, e não por diferenciação na qualidade do serviço. Tanto que para [RESTRITO AO CADE], fidelidade a marca é um fator irrelevante. [RESTRITO AO CADE] e o Santander também avaliam esse critério com pouca importância.

Tabela 2

Valoração das empresas em relação à aspectos do serviço de transporte e custódia de valores

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Respostas aos ofícios enviados. Elaboração DEE. Nota: N/D = não disponível.

Além dos clientes já citados, redes varejistas - como o GPA e a Via Varejo (SEI nº 0508285 e SEI nº 0508434, respectivamente) - e outros clientes importantes, como a Cascol (documento SEI nº 0503910), colocam a fidelidade a marca como o fator de menor importância dentre os listados, mesmo que para algumas dessas empresas possa ter alguma relevância na escolha. As respostas dos clientes menores também vão ao encontro desse balanço.

Portanto, a diferença nos preços parece ser a principal motivação da escolha entre os consumidores do serviço de transporte e custódia de valores. A fidelidade à marca, que poderia ser um indicativo de heterogeneidade dos serviços, é para quase todas as empresas oficiadas um elemento de baixa relevância para a seleção do fornecedor.

Desse modo, baseado nas respostas recebidas dos ofícios enviados, é sugestivo concluir que o serviço de transporte e custódia de valores pode ser considerado homogêneo. A Tabela 2, portanto, ilustra a argumentação acima em relação a homogeneidade do produto. É perceptível que para quase todas as empresas que responderam aos ofícios o preço é sempre uma variável mais importante que a fidelidade à marca.

Por fim, as respostas em relação à qualidade são um indicativo que as empresas valorizam o nível do serviço prestado, no sentido de que é necessário que os fornecedores ofertem um serviço com uma qualidade aceitável para que sejam contratados. Em outras palavras, a qualidade parece ser um requisito básico para a contratação de fornecedores, e não um diferencial do produto.

4. Delimitação geográfica do mercado

A oferta do serviço de TV necessita de uma base operacional para que o referido serviço seja ofertado, ou seja, um espaço físico guardado em que os carros fortes retornem após uma rota em que recolhem valores de diversos clientes. Dessa forma, a capacidade de atuação de uma determinada empresa está atrelada as bases que ela possui.

Pela jurisprudência do Cade, a definição do mercado relevante geográfico de TV é estadual de modo que qualquer empresa que já opera em um determinado estado não teria grandes restrições para elevar a oferta com a abertura de novas bases em um mesmo estado elevando a sua área de atuação. A figura 4 mostra os municípios das regiões analisadas que possuem bases.

É possível observar pela análise do mapa da Figura 4 que a quantidade de bases difere entre os estados analisados. Minas Gerais possui uma maior quantidade de bases que se espalha pelo estado. A cidade de Goiânia apresenta uma peculiaridade visto que a cidade de Aparecida de Goiânia, que é vizinha com cerca de 15 quilometro de distância entre os centros dessas cidades, também possui base. De modo que, efetivamente essas duas cidades podem ser consideradas com uma mesma cidade para critério de análise.

Como uma base podem atender para além dos limites do próprio município as requerentes alegam que o mercado que engloba DF e GO deveria ser considerado como um só, como alegado no Formulário de Notificação (SEI nº 0485137):

“No entanto, excepcionalmente, embora a jurisprudência desse E. CADE não tenha se debruçado sobre a questão, as Requerentes entendem que os mercados de Goiás e do Distrito Federal poderiam ser considerados como um único mercado relevante para fins da análise do Negócio Jurídico. Como se sabe, apesar de o Distrito Federal possuir status de unidade federativa autônoma para todos os efeitos, por vezes tal autonomia não se coaduna com a realidade, especialmente no tocante às relações econômicas e comerciais que se desenvolvem na região. ”

(...)

“Nesse sentido, a integração da atividade econômica entre as duas unidades federativas é de relevância no contexto do transporte e custódia de valores, sendo possível a realização de cotações

entre transportadoras do Distrito Federal por empresas localizadas em cidades do Estado de Goiás.”

Figura 4

Quantidade de bases DF, GO, MG e TO.

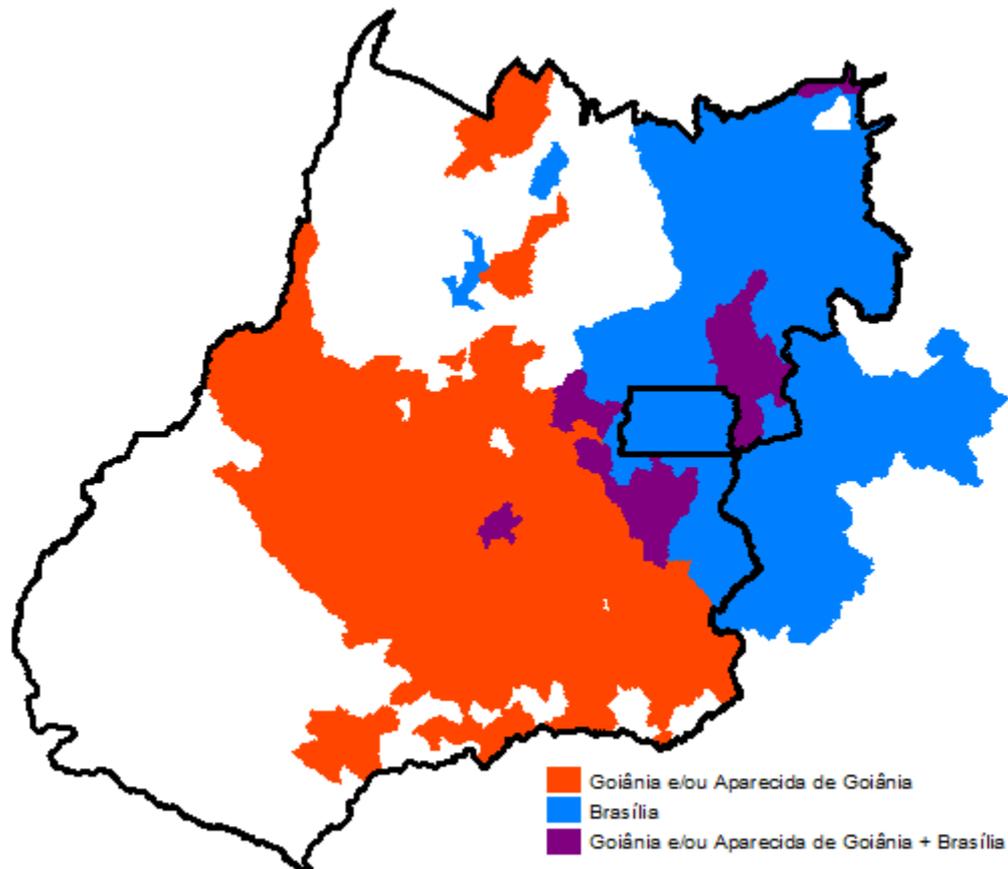
[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Essa alegação não é descabida, visto que em repostas de ofícios á SG as empresas de TV indicaram qual eram os municípios que eram atendidos por determinada base e dessa forma foi possível delimitar a área de atuação em municípios que a base é Brasília assim como a área de atuação de municípios que a base é Goiânia/Aparecida de Goiânia. O mapa da Figura 5 busca mostrar essa área de atuação das empresas que operam em Brasília e Goiânia/Aparecida de Goiânia.

Figura 5

Municípios de atuação cuja base de origem é Brasília e/ou Goiânia/Aparecida de Goiânia



Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios. Nota: Áreas de atuação possivelmente subestimadas devido a respostas imprecisas nos ofícios.

É claro pela análise da Figura 5 que as áreas atendidas por bases de um determinado município ultrapassam as fronteiras dele. Empresas com base em Brasília/DF atendem municípios de GO e MG e em sete desses municípios foi observada sobreposição de oferta do serviço de TV entre Brasília/DF e Goiânia/Aparecida de Goiânia (cor roxa)[1]. [RESTRITO AO CADE]

O total de municípios atendidos por cada uma das possíveis combinações pode ser observado na tabela abaixo.

Tabela 3

Segmentação de município atendidos pelas bases

Base de Origem	População dos Município Atendidos	Quantidade de Municípios Atendidos
Goiânia + Aparecida de Goiânia	2.820.411,00	118
Distrito Federal	4.035.051,00	40
Goiânia + Aparecida de Goiânia + DF	1.981.432,00	7

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios e baseado na Figura 5.

Existem 7 municípios com sobreposição (identificados nas respostas dos ofícios) em relação a um total de o total de 165 atendidos pelos dois pontos de origem de bases. [RESTRITO AO CADE].

Uma ressalva precisa ser feita em relação ao mapa da Figura 5 e tabela 3. Como em diversas respostas de ofícios não foi informado precisamente quais eram os municípios correspondentes pode ser que existam mais municípios atendido por empresas que operam em Brasília e/ou Goiânia/Aparecida de Goiânia que não estejam no referido mapa. Dessa forma, visto que a área de atuação de cada base transborda as fronteiras do município adotaremos cenários alternativos de cálculos de participação, incluindo o cenário proposto pelas requerentes em que o DF e GO seriam o mesmo mercado.

5. Possíveis efeitos da operação

Como discutido anteriormente, o produto pode ser classificado como homogêneo e uma diferenciação possível entre as empresas decorre da segmentação geográfica das empresas. Uma operação de fusão pode fornecer poder de mercado para a empresa fusionada de modo que possa adotar estratégias como elevação de preços sem que necessariamente as outras rivais do mercado a conteste. Nesse sentido, passe-se a uma breve discussão de rivalidade com os dados disponíveis nos autos do processo.

Os gráficos presentes nas figuras de 6.1 a 9.2 a seguir descrevem a evolução da participação de mercado nos diversos mercados em que há sobreposição entre as requerentes (DF, GO, MG e TO). Além disso, foram produzidos gráficos (Figuras 10.1 e 10.2) que consideraram o mercado relevante de GO e DF como sendo apenas um. As participações de mercado mostradas a seguir foram calculadas a partir do número de carros-fortes das empresas (Figuras 6.1, 7.1, 8.1, 9.1 e 10.1). Também, são apresentadas as participações de mercado a partir faturamento das empresas (Figuras 6.2, 7.2, 8.2, 9.2 e 10.2). Vale destacar que, a discussão sobre a melhor métrica (carro-forte ou faturamento) para analisar a participação de mercado das empresas tem longa data. Por exemplo, nos atos de concentração nº 08012.00292111/2000-98[2] e 08012.002734/2005-19[3] a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE) exarou pareceres técnicos em que analisava questões concorrenciais utilizando participações de mercado calculadas a partir do número de carros-fortes. Tal

alternativa pode-se mostrar interessante porque é capaz de evidenciar a oferta de carros-fortes disponíveis para efetiva prestação do serviço de transporte de valores. Na presente nota técnica, para efeito de comparação, as duas métricas são mostradas nas figuras a seguir.

Figura 6.1

Participação de Mercado (Carros-fortes) – DF

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 6.2

Participação de Mercado (Faturamento) - DF

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 7.1

Participação de Mercado (Carros-fortes) – GO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 7.2

Participação de Mercado (Faturamento) - GO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 8.1

Participação de Mercado (Carros-fortes) – MG

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 8.2

Participação de Mercado (Faturamento) - MG

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 9.1

Participação de Mercado (Carros-fortes) – TO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 9.2

Participação de Mercado (Faturamento) - TO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 10.1

Participação de Mercado (Carros-fortes) – DF + MG

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

Figura 10.2

Participação de Mercado (Faturamento) – DF + GO

[RESTRITO AO CADE]

Fonte: Elaboração DEE utilizando dados de ofícios.

As figuras acima apresentam diversas configurações de mercado, as firmas líderes em determinados mercados podem fazer parte da franja em outros mercados. Esse resultado decorre da forma como o produto é ofertado, ou seja, o fornecimento é atrelado a alguma base. Essa diversidade de empresas líderes entre os diversos estados é um sinal de um mercado em que empresas locais podem concorrer.

De forma geral, as empresas líderes nos mercados estaduais mantiveram uma estabilidade de participação de mercado. Uma exceção foi a Transfederal, líder no DF, que apresentou um decréscimo, no período de cinco anos, de cerca de [RESTRITO AO CADE] de participação de mercado. Outro exemplo de decréscimo de participação no período é a Protege/Proforte no estado de Tocantins, ela até chegou a se líder de mercado em 2014 (em termo de faturamento), porém, perdeu participação nos anos seguintes, de 2014 a 2018 [RESTRITO AO CADE]. Estabilidade de participação de mercado é sinal de um mercado com baixa rivalidade, além de ser um possível sinal de coordenação entre agentes de mercado.

No DF, a empresa resultante da operação deterá, em termos de faturamento, [RESTRITO AO CADE] de participação de mercado. Nesta unidade da Federação é a líder de mercado (Transfederal) sendo adquirida pela segunda maior (Prosegur). Caso seja adotado a definição de mercado relevante sugerida pelas requerentes agregando o mercado do DF com GO seria criada uma empresa com cerca de [RESTRITO AO CADE] de participação de mercado. Se for utilizado, a participação de mercado, em termos de carros-fortes, da empresa resultante da operação será de [RESTRITO AO CADE] (ver Figura 10.1). Vale destacar que nos demais mercados relevantes, a Transfederal tem [RESTRITO AO CADE] de participação de mercado (caso de TO) e menos que [RESTRITO AO CADE] de participação nos estados de GO e MG.

Sob a possibilidade de coordenação, há outros fatores que devem ser analisados além da variação de participação de mercado. Ivaldi et al. (2003)[4], em trabalho acerca da economia da colusão tácita, alerta que quanto menos diferenciados os produtos do mercado, maior o potencial de colusão desse mercado. Em resumo, não há incentivo para uma empresa mais diferenciada manter o preço colusivo, pois seu lucro seria maior caso ela desrespeitasse tal preço e absorvesse parte da demanda de seus concorrentes.

Ou seja, ao observar o comportamento dos clientes fica fácil sugerir que, pela ótica da demanda, o produto é homogêneo e que o principal diferenciador entre empresas seria a capacidade dessas empresas em ofertar tal produto.

Pelo lado da oferta, tem-se que tal oferta é local e parte de uma base de operação. Ou seja, para ofertar em uma determinada região, a empresa terá que construir sua base e, apenas a partir dela, poderá ofertar rotas com limitação geográfica de distância da própria base.

Já os insumos utilizados para a oferta do serviço possuem uma limitação regulatória, que exige níveis mínimos de segurança, com implicação, por exemplo, no número mínimo de quatro vigilantes por carro-forte. Temos então que, por questões regulatórias, a composição dos custos dessas empresas tende a ser similar e um desses custos (o relacionado aos vigilantes) não é um insumo muito específico ou de difícil contratação. Assim, além do produto/serviço ser similar, a forma de produção (ou provisão) também aparenta certa uniformidade, sendo que as operações dessas empresas são relativamente parecidas.

A presente operação implica na junção de empresas que, em 2017, correspondiam, em termos de participação de mercado, à primeira e segunda no mercado do DF ou a segunda e terceira empresa se adotarmos o mercado relevante como DF + GO. Por sua vez, a união dessas empresas, para o caso do estado de TO, ocorreria uma redução de 3 para 2 agentes de mercado.

Ademais, vale ressaltar que em casos anteriores, nos quais as probabilidades de coordenação foram analisadas pelo DEE, tais como os processos relativos às requerentes ArcelorMittal/Votorantim (Processo nº 08700.002165/2017-97) e Ipiranga/Alesat (Processo nº 08700.006444/2016-49), foi utilizado o método quantitativo de CPPI[5]. Como discutido previamente, parcela significativa da contratação dos serviços de TV ocorre por meio de licitações. Esse tipo de competição e definição do preço final não se adequa as suposições do CPPI, como descrito por Moresi et al. (2011):

“We want to clarify that we have formulated this CPPI to gauge upward pricing pressure for only one form of coordinated effects (PAC), within the confines of a particular oligopoly model (price competition with differentiated products) and under particular assumptions (e.g., PAC by only two firms).”

Outra etapa da análise consiste na verificação do perfil das empresas envolvidas na operação. De forma geral, a probabilidade de coordenação se eleva na medida em que empresas que são diferenciadas pré-fusão se tornem parecidas com as outras concorrentes no mercado pós fusão.

As empresas poderiam se diferenciar em um mercado, caso adotassem estratégia concorrencial mais agressiva que a média, detivessem tecnologia diferenciada ou possuíssem estruturas de custos menores. Esses tipos de casos devem ser avaliados com mais atenção. O próprio Guia H do Cade, em sua listagem de características, recomenda checar se há ou não empresas *mavericks* no mercado.

Nos dados declarados e nas respostas aos ofícios remetidos, não foram encontradas evidências de que alguma empresa apresentaria estratégia mais agressiva. Entretanto, tendo em vista algumas características desse mercado, essa operação como apresentada tende a elevar os riscos de coordenação de mercado, principalmente nos mercados do estado do DF (empresa líder sendo adquirida pela terceira) e TO (redução de três empresas para duas).

6. Conclusão

A presente nota técnica analisou o Ato de Concentração referente à aquisição da empresa Transfederal pela Prosegur. Verificou-se que existe sobreposição no mercado de custódia e transporte de valores nos estados do Distrito Federal (DF), Goiás (GO), Tocantins (TO) e Minas Gerais (MG). É importante ressaltar que, tendo em vista as informações disponíveis e a maneira de formação de preço nesse mercado, nenhum teste quantitativo foi utilizado para aferição dos efeitos unilaterais e coordenados. Por outro lado, foram feitas análises descritivas para uma avaliação da operação.

A análise realizada nesta nota técnica mostrou que os mercados examinados, em especial os estados do DF e de TO, além de possuírem características que favorecem a coordenação apresentariam uma elevação da probabilidade de coordenação pós-operação. Ademais, tais mercados apresentariam baixa rivalidade pós-operação. Entretanto, caso seja considerado o cenário de DF+GO para definição de mercado relevante geográfico, a probabilidade de coordenação é minimizada e a rivalidade reestabelecida. Ademais, no caso de TO, é importante contextualizar este mercado em termos do faturamento total nos quatro estados da operação. O faturamento do mercado de TO representa 4% do faturamento total (DF+GO+MG+TO). Portanto, contornos de proporcionalidade são importantes para uma decisão final sobre a presente operação.

[1] Esses municípios são: Alexânia, Campos Belos, Cocalzinho de Goiás, Formosa, Luziânia, Goiânia e Valparaíso de Goiás.

[2] Tendo como requerentes a Brink's Segurança e Transporte de Valores Ltda. e TGV— Transportadora de Valores e Vigilância Ltda.

[3] Tendo como requerentes a Prosegur Brasil S.A Transportadora de Valores e Segurança e Preserve Segurança e Transporte de Valores Ltda.

[4] Ivaldi, M.; Jullien, B.; Rey, P.; Seabright, P.; Tirole, J. (2003) “*The Economics of Tacit Collusion da European Commission*”. Final Report for DG Competition, European Commission, IDEI, Toulouse.

[5] Moresi, Serge, David Reitman, Steven C. Salop and Yianis Sarafidis (2011), “Gauging Parallel Accommodating Conduct Concerns with the CPPF”.