



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer n.º 517/ 00/ MF/ SEAE/ COGSE

Brasília, 22 de dezembro de 2000.

Referência: Ofício MJ/ SDE/ GAB n.º 4112/99, de 18 de agosto de 1999.

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.007495/99-11

Requentes: Nutec Informática S/A e Netville Comunicações LTDA.

Operação: Incorporação da empresa NETVILLE COMUNICAÇÕES LTDA. por TERRA NETWORKS DO BRASIL S.A., nova denominação de NUTEC INFORMÁTICA S/A., no setor de provedores de Internet.

Recomendação: Sugere-se a aprovação, sem restrições.

Versão: pública.

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei n.º 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 parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas TERRA NETWORKS DO BRASIL S.A., nova denominação de NUTEC INFORMÁTICA S/A, e NETVILLE COMUNICAÇÕES LTDA, conforme estabelecido no Art. 54 da Lei n.º 8.884/94.

I – DAS REQUERENTES

I.1 – Adquirente

1. A Terra Networks Brasil S/A (TERRA/ZAZ) é empresa com sede em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, pertencente à Terra Networks S/A, integrante do Grupo Telefônica, de nacionalidade espanhola. As principais atividades da Terra Networks Brasil S/A incluem provimento de acesso à Internet e outros serviços de rede IP¹, tais como oferta de serviços e conteúdos interativos, oferta de serviços de soluções corporativas, financiamento e desenvolvimento de oportunidades de negócio utilizando-se da Internet como meio. Por sua vez, a Telefônica é um grupo empresarial especializado em telecomunicações, cujas operações no Brasil iniciaram-se em 1996.

2. Em 15 de junho de 1999, a sociedade do grupo RBS, RBS Administração e Cobranças LTDA, associou-se à Terra Networks S/A, denominada naquele momento Telefônica Interactiva S/A, a fim de adquirir o controle da Nutec Informática S/A, antiga denominação da Terra Networks Brasil S/A (Ato de Concentração n.º 0812.006253/99-46, em análise pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência). Entretanto, conforme já informado a este Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, em 26.08.99, as referidas empresas, por não haverem alcançado consenso sobre o Plano de Negócios da Nutec Informática S/A, decidiram encerrar esta parceria.

3. Mencione-se que a Terra Networks Brasil S/A está associada à marca ZAZ Internet. Antes do ato de Concentração n.º 0812.006253/99-46, a Terra Networks Brasil S/A, naquele momento denominada Nutec Informática S/A, era um provedor de acesso à Internet e o ZAZ um “portal”². Após a operação, existe apenas um provedor e um portal, que é o ZAZ. Essa configuração não foi alterada pelo fim da parceria entre a RBS Administração e Cobranças LTDA. e a Terra Networks S/A, nem pela nova denominação da Telefônica Interactiva S/A.

4. A Terra Networks Brasil S/A obteve em 1998 faturamento de **R\$ 27.280.141,00** (vinte e sete milhões, duzentos e oitenta mil, cento e quarenta e um reais) no Brasil. A empresa não opera nem no Mercosul e nem no mundo. O Grupo Telefônica, por sua vez, faturou em 1998³ R\$ 9.080.000,00 (nove milhões e oitenta mil reais) no Brasil, **US\$ 2.921.000,00** (dois milhões, novecentos e vinte e um mil dólares) ou **R\$ 3.564.000,00** (três milhões quinhentos e sessenta e quatro mil reais) no Mercosul⁴ e **US\$ 20.335.000,00** (vinte milhões trezentos e trinta e cinco mil dólares) ou **R\$ 24.587.000,00**

¹ Rede IP são redes de transmissão de dados que se utilizam do protocolo IP (“Internet Protocol”).

² Um portal pode ser caracterizado com uma página (ou “site”) na Internet que reúne informações de uma área de interesse específico, chamado portal vertical, bem como de interesse geral, portal horizontal. Muitos portais oferecem alguns serviços gratuitos, como correio eletrônico, notícias, fóruns de discussão, informações sobre o tempo e outros. Em geral, são boas fontes de referência para assuntos diversos, pois apresentam facilidades para a busca de outras páginas na Internet. A principal fonte de faturamento dos portais tem sido a venda de espaço para publicidade virtual. Por esse motivo, quanto mais visitado o portal, mais pode-se cobrar pelo espaço vendido.

³ As Requerentes informam que o faturamento de 1999 ainda não está disponível.

⁴ Somente Argentina.

(vinte e quatro milhões quinhentos e oitenta e sete mil reais) no mundo⁵. Segundo informações das requerentes, no final 1999, a TERRA/ZAZ possuía 346.216 assinantes.

5. A Tabela 01 mostra a composição acionária atual da Terra Networks do Brasil S/A.

⁵ Cotação de 31.12.98, quando US\$ 1,00 = R\$ 1,2079

Tabela 01
Composição acionária da Terra Networks do Brasil S/A

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Participação
Telefónica Interactiva Brasil Ltda	18.221.298	49.002	99,26%
Segóvia Participações	102.197	34.066	0,74%
Total	18.323.495	83.068	100%

Fonte: Requerentes.

6. Empresas integrantes do Grupo Telefónica no Brasil e suas respectivas atividades e áreas de atuação encontram-se no Anexo 01.

I.2 – Adquirida

7. A Netville Comunicações Ltda. atua na região de Joinville, em Santa Catarina, no mercado de acesso discado à Internet e realiza, também, atividades de manutenção e configuração de equipamentos de informática. A empresa obteve em 1998 faturamento de **R\$ 333.528,00** no Brasil. A NETVILLE não atua nem no Mercosul, nem no Mundo. Segundo informações das requerentes, a empresa possuía 1.800 assinantes no final de 1998.

8. A tabela 02 mostra a composição acionária da Netville

Tabela 02
Composição acionária de Netville Comunicações Ltda.

Sócios	Participação
Laércio Beckhauser	60%
Marcelo Leandro de Borba	20%
Sandro Alves Eda	20%

Fonte: Requerentes

II – DA OPERAÇÃO

9. A operação enquadra-se na modalidade de “incorporação de empresas”, em que o agente econômico adquirido desaparece como pessoa jurídica e o adquirente mantém a identidade jurídica anterior ao ato. Neste ato de concentração, a empresa TERRA/ZAZ, já estabelecida no mercado de Joinville, em Santa Catarina, comprou uma empresa menor, a NETVILLE, a fim de estabelecer uma posição mais forte no mercado local de provedores de Internet.

10. A operação ocorreu em 27.07.1999, com a TERRA/ZAZ adquirindo a carteira de clientes de acesso à Internet da NETVILLE, incluindo venda de equipamentos, transferência de linhas telefônicas e feixe digital. O valor total da transação atingiu (*sigilo por solicitação das requerentes*). Cumpre notar que a comunicação do ato à Secretaria de Direito Econômico respeitou o prazo previsto no § 4º do art. 54 da Lei nº 8.884/94. Após a operação, a Terra/Zaz obteve o controle de 100% de participação do capital acionário da NETVILLE.

III – DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

III.1 O Mercado Relevante de Produto

11. O mercado relevante da operação é o provimento de acesso discado à Internet por linha discada, tendo em vista que tanto a adquirente quanto a adquirida atuavam neste mercado antes da operação.

12. O Provimento de acesso à Internet via linha telefônica discada é definido como um serviço de valor adicionado⁶, oferecido por empresas conhecidas como “provedores de acesso”, que possibilitam a seus usuários o acesso à Internet e à informação nela existente. Para o usuário, o provedor de acesso, ou seu ponto de presença⁷, pode ser considerado como o ponto mais próximo à espinha dorsal da Internet (“backbone”).⁸ O acesso discado é a forma mais tradicional de provimento, em que o provedor de acesso adquire de um provedor de backbone um canal para comunicação de dados dedicado de alta capacidade e conecta o usuário por meio de uma linha telefônica comum.⁹ Esse trecho de ligação entre o provedor de acesso e o usuário é chamado de “última milha”.

13. O valor cobrado pelo acesso discado está associado a um plano de utilização, definido, em contrato, entre o assinante e o provedor de acesso. A qualidade do serviço depende, sobretudo, da infra-estrutura de telecomunicações que conecta o usuário ao provedor na “última milha”, da capacidade do canal para transmissão de dados que conecta o provedor de acesso ao provedor de backbone da Internet e, em última instância, da capacidade do próprio backbone.¹⁰ É importante lembrar que o valor da chamada telefônica ao provedor é pago pelo usuário à operadora de telecomunicações

⁶ A norma 04/95 (“Uso de Meios da Rede Pública de Telecomunicações para Acesso à Internet”, publicada pela Portaria do Ministério da Comunicações N.º 148, de 31.05.95), que regula o uso de meios da Rede Pública de Telecomunicações para o provimento e utilização de Serviços de Conexão à Internet define Serviço de Valor Adicionado como “serviço que acrescenta a uma rede preexistente de um serviço de telecomunicações, meios ou recursos que criam novas utilidades específicas, ou novas atividades produtivas, relacionadas com o acesso, armazenamento, movimentação e recuperação de informações”.

⁷ Pontos de Presença (PDP), “popservers”, ou “PoP” representam a infra-estrutura por meio da qual o usuário pode acessar a Internet fazendo uma chamada telefônica local, mesmo que seu provedor esteja sediado em outra cidade. Funcionam como filiais em mercados regionais ou podem ser supridos por um provedor de “backbone” (empresa que detenha a infra-estrutura de telecomunicações necessária), que estabelece um contrato de serviço específico com o provedor para tal finalidade. Provedores de acesso nacionais tem se utilizado desse mecanismo para fornecer acesso em várias cidades.

⁸ A Internet é organizada na forma de espinhas dorsais (“backbones”), que são estruturas de rede capazes de manipular grandes volumes de informações, constituídas basicamente por roteadores de tráfego interligados por circuitos de alta velocidade. Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil, há seis backbone nacionais e seus respectivos provedores são: a RNP (www.rnp.br), de cunho mais científico, a Embratel (www.embratel.net.br); o Banco Rural (www.homeshopping.com.br); a Unisys (www.unisys.com.br); a Global One (www.global-one.net) e a IBM (www.IBM.com.br).

⁹ A definição desta infra-estrutura de telecomunicações está inserida no Plano Geral de Metas, PGM, para a universalização do serviço telefônico fixo comutado prestado no regime público, aprovado pelo Decreto nº 2.592, de 15 de maio de 1998, que a define como o “serviço de telecomunicações que, por meio da transmissão de voz e de outros sinais, destina-se à comunicação entre pontos fixos determinados, utilizando processos de telefonia”.

¹⁰ A qualidade dos equipamentos utilizados, o número de usuários do provedor de acesso conectados num mesmo instante e outros fatores técnicos podem influir na qualidade do serviço.

juntamente com o valor cobrado pelas chamadas normalmente utilizadas para comunicação de voz.

14. Poder-se-ia apontar o provimento de acesso gratuito, oferecido por diversas empresas especializadas, como um serviço substituto do acesso discado cobrado, pois o formato técnico utilizado é o mesmo ou bastante semelhante. Entretanto, o acesso gratuito tem-se consolidado como um serviço complementar ao acesso cobrado, já que o usuário é livre para utilizar qualquer provedor que esteja disponível.¹¹ Ademais, sua própria caracterização como um mercado e conseqüente comparação é dificultada por não existir um preço associado ao fornecimento do serviço.

15. Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico e o intenso processo de convergência de várias mídias tem feito emergir um segmento de acesso cobrado à Internet por meio de outras tecnologias, também chamadas de acesso por “banda larga”, entre as quais se destacam o acesso via cabo e o ADSL.¹² Nota-se que, seguindo uma tendência mundial, a participação de mercado deste segmento tem aumentado gradualmente, mas é ainda bastante reduzida no presente.¹³ O acesso por meio dessas outras tecnologias poderá tornar-se futuramente uma alternativa para os consumidores brasileiros, sobretudo para o acesso discado, mas, no presente, não deve ser considerado substituto perfeito ao acesso discado, pois não está disponível em todas as áreas, tem preços mais altos e não há evidências de que, no período de um ano, venha baixar seus preços a ponto de o usuário substituir seu acesso discado por essas tecnologias.

III.2 Mercado Relevante Geográfico

16. Conforme pareceres anteriores, a SEAE tem definido esse mercado como de base **local**.¹⁴ No acesso discado, o usuário conecta-se por meio de uma ligação telefônica ao provedor de acesso que, por sua vez, está conectado ao backbone da Internet. Se usuário e provedor estiverem próximos, localizados no mesmo degrau tarifário (distância geodésica¹⁵), a tarifa telefônica cobrada é local.

¹¹ Não há estatísticas consolidadas quanto ao padrão de utilização do acesso gratuito.

¹² ADSL - Asymmetrical Digital Subscriber Line é uma tecnologia que compartilha o mesmo par de fios de cobre usado pela linha telefônica residencial ou comercial até a central telefônica mais próxima, para trafegar dados e voz simultaneamente, sem interferência nos serviços. Com o ADSL o computador pode ficar conectado permanentemente à Internet e a ligação cai direto em um backbone. A velocidade de conexão (256,768 ou 1540 Kbps) também é maior.

¹³ Por exemplo, a TVA, uma operadora de TV a cabo, oferece serviço de acesso à Internet por R\$ 65,00 para seus assinantes e por R\$ 79,00 para os não assinantes, além do custo para compra ou aluguel do modem e serviços de instalação. Segundo o relatório “The Internet Data Service Report” (<http://www.msdc.com/techresearch/inetdata/index.html>), de agosto de 1999, disponibilizado na Internet pela Morgan Stanley Dean Witter, usuários individuais nos EUA deverão iniciar significativamente a transição para os serviços de banda larga a partir do ano 2000. Em 1998, 80% dos assinantes eram usuários não empresariais que acessavam a Internet quase exclusivamente por linha discada. Essa tendência deverá ser seguida no Brasil em um período mais dilatado.

¹⁴ A Seae já analisou vários atos de concentração caracterizando o mercado geográfico de provimento de acesso discado como local, dentre eles, pode-se mencionar, por exemplo, o AC 8012.009808/99-75, de interesse das empresas Osanet Serviços e Comércio em Informática Ltda. e Terra Networks Brasil S/A.

¹⁵ O cálculo da distância geodésica tem por base a distância entre os centros de áreas de tarifação do serviço telefônico público das respectivas áreas locais onde situam-se os locais de instalação

17. Embora o mercado de acesso de provedores de Internet esteja sendo progressivamente dominado por empresas de porte nacional, é necessário que essas se estabeleçam localmente, por meio de filiais, franquias, instalação de pontos de presença¹⁶, a fim de que seus usuários possam pagar tarifas telefônicas locais para . Portanto, o mercado geográfico da operação é a cidade de Joinville, Santa Catarina, onde atua a NETVILLE.

18. A título de ilustração, para ressaltar a diferença entre acessar um provedor localmente e de outra localidade, seguem as tarifas da empresa concessionária de telefonia no Estado da Santa Catarina– TELESC. A tabela 03 diz respeito aos pulsos, e a tabela 04 refere-se aos degraus tarifários. O custo de uma ligação para o consumidor é a soma dos pulso em determinado horário, acrescido do degrau tarifários. Assim, um usuário de Internet que faça uma ligação para um provedor estabelecido acima do primeiro degrau tarifário pagará um maior valor.

Tabela 03

LIGAÇÕES LOCAIS

Ligações telefônicas entre terminais fixos situados dentro de uma mesma área local.

Valor em R\$	Vigência : 23/06/2000		
Item Tarifário	Incidência	Líquido	Com Impostos
Pulso	Eventual	0,06971	0,0977
Incidência tributária: ICMS, PIS COFINS			

Fonte: www.telesc.com.br

determinados pela entidade solicitante (Norma n° 30/96, aprovada pela Portaria do Ministério da Comunicações n° 2506 de 20 de dezembro 1996).

¹⁶Ver nota n.º 10.

Tabela 04

Distância Geodésica	Âmbito	Dias Úteis			Sábado			Domingos e Feriados		
		00h às 06h	6h/7h 21h/24h	7h/9h 12h/14h 18h/21h	9h/12h 14h/18h	07h às 14h	06h às 07h 14h às 24h	00h às 06h	00h às 06h	06h às 24h
DC	Intra/Interestadual	0,00695	0,01390	0,02793	0,05575	0,00695	0,01390	0,02793	0,00695	0,01390
D1 (Até 50Km)	Intra/Interestadual	0,01630	0,03274	0,06535	0,13011	0,01630	0,03274	0,06535	0,01630	0,03274
D2 (50 a 100 Km)	Intra/Interestadual	0,02722	0,05396	0,10791	0,20038	0,02722	0,05396	0,10791	0,02722	0,05396
D3 (100-300Km)	Intraestadual	0,04076	0,08154	0,15028	0,21890	0,04076	0,08154	0,15028	0,04076	0,08154
	Interestadual	0,04076	0,08154	0,15028	0,30057	0,04076	0,08154	0,15028	0,04076	0,08154
D4 (>300 Km)	Intraestadual	0,05396	0,10791	0,17910	0,21890	0,05396	0,10791	0,17910	0,05396	0,10791
	Interestadual	0,05396	0,10791	0,17910	0,21890	0,05396	0,10791	0,17910	0,05396	0,10791

Tarifas sem impostos Vigência: 23/06/2000

Fonte: www.telesc.com.br

IV – POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

19. A tabela e a figura a seguir mostram o “*market share*” do acesso a Internet via linha discada na cidade de Joinville. Conforme os dados apresentados, após a concentração, somando-se a parcela de mercado da NETVILLE, a TERRA/ZAZ dispõe de **58,48 %** do mercado de provedores de acesso à Internet em Joinville. Tal soma é bastante superior aos limites estabelecidos pela metodologia da SEAE para estabelecer a possibilidade de exercício *unilateral* ou *coordenado* do poder de mercado. Assim, é necessário que se passe para uma etapa de análise mais elaborada, analisando a probabilidade de Exercício de Poder de Mercado.

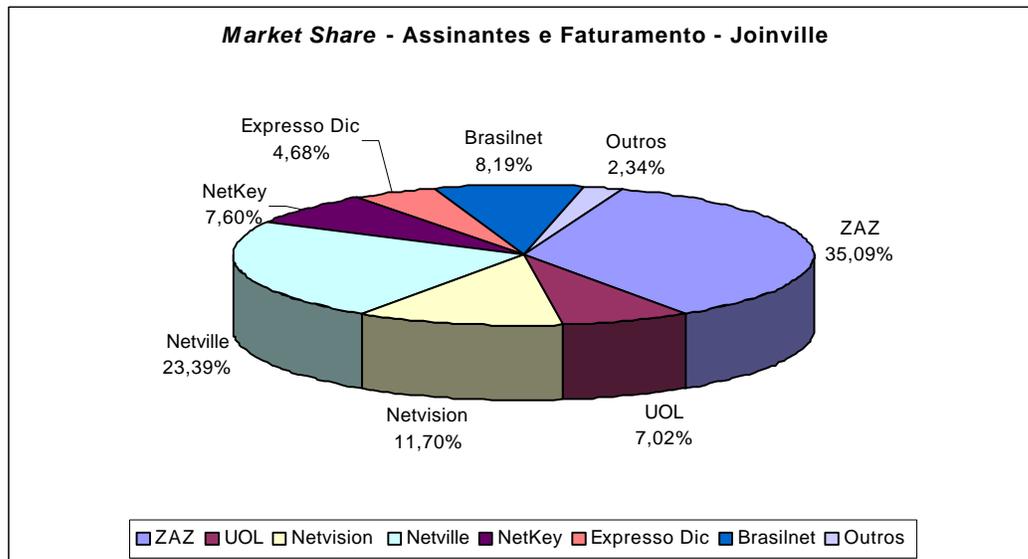
Tabela 05

Mercado de Provedores de Internet – Joinville

	Assinantes	%
ZAZ	3.000	35,09%
UOL	600	7,02%
Netvision	1.000	11,70%
Netville	2.000	23,39%
NetKey	650	7,60%
Expresso Dic	400	4,68%
Brasilnet	700	8,19%
Outros	200	2,34%
Total	8.550	100%

Fonte: Requerentes, a partir de estimativas para o ano de 1998. Elaboração: SEAE.

Figura 1



Fonte: Requerentes, a partir de estimativas para o ano de 1998. Elaboração: SEAE.

V – PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO.

20. O exercício do poder de mercado pela nova empresa formada será improvável se a entrada de novas empresas no mercado relevante for fácil ou se existirem empresas rivais com forte capacidade de competição.

21. Para que a entrada no mercado relevante definido seja considerada fácil, esta deverá ser tempestiva, provável e suficiente.

22. A entrada será considerada tempestiva se puder ocorrer em um prazo inferior a dois anos.¹⁷ As formas de entrada mais comuns no mercado de provimento de acesso discado à Internet são: 1) criação de uma nova empresa, 2) estabelecimento de uma empresa franqueada e 3) instalação de um ponto de presença. No primeiro caso, o empreendimento exige o estabelecimento de uma empresa, a aquisição de equipamentos, contratos com empresas de telecomunicação, divulgação da marca e contratação de recursos humanos com capacidade técnica e experiência. No segundo caso, ainda que sejam necessários recursos semelhantes ao primeiro, a empresa estabelecida pode aproveitar o formato do negócio licenciado por uma franqueadora e utilizar sua marca, sua tecnologia, bem como absorver capacidade gerencial da mesma. Em geral, a franqueada faz a divulgação do empreendimento localmente, mas também se beneficia do *marketing* da franqueadora e de outras franqueadas em outros mercados locais.¹⁸ No

¹⁷ Neste prazo, devem ser incluídas todas as etapas necessárias à entrada no mercado, tais como, planejamento, desenho do produto, estudo de mercado, obtenção de licenças e permissões, construção e operação da planta, promoção e distribuição do produto.

¹⁸ Para o estabelecimento de uma franquia da ZAZ, por exemplo, são necessários investimentos da ordem de R\$ 15.000,00 a 25.000,00 pela taxa de franquia, e o pagamento de 2,5% referente à publicidade e 5% de referente a *royalties*. Gazeta Mercantil. Relatório Panorama Setorial, janeiro de 2000, Vol. II, pág. 111.

terceiro caso, um provedor que funcione em outros mercados estabelece um ponto de presença (“pop”) no novo mercado. Como mencionado anteriormente, este “pop” funciona como uma filial naquele mercado local e pode ser ofertado por uma terceira empresa que disponha de infra-estrutura de telecomunicações necessária. Grandes provedores de acesso têm-se utilizado desse mecanismo, mesmo tendo suas sedes em outras cidades.

23. Em qualquer um dos casos acima, o tempo de entrada no mercado de provimento de Internet via linha discada é relativamente baixo, depende genericamente da infra-estrutura de telecomunicações disponível, mas geralmente não ultrapassa dois meses. Assim, a não ser que existam limitações de infra-estrutura, o prazo máximo para a instalação e funcionamento de um provedor pode ser considerado bastante reduzido.¹⁹ No caso específico da cidade de Joinville, conforme fax datado de 14.11.00 da empresa Brasil Telecom S/A, proprietária da TELESC, fornecedora de infra-estrutura na cidade, não existe qualquer tipo de limitação.²⁰

24. A probabilidade da entrada depende desta ser economicamente lucrativa, supondo os preços vigentes anteriormente à concentração. Observa-se, entretanto, que os preços não poderão ser assegurados pela possível firma entrante quando o incremento mínimo da oferta provocado pela entrada causar uma redução dos preços do mercado. Em outras palavras, a entrada é provável quando as escalas mínimas viáveis são inferiores às oportunidades de venda no mercado a preços pré-concentração.²¹

25. Até recentemente, os custos incorridos pelas empresas provedoras de acesso à Internet estavam basicamente associados aos custos de equipamentos de informática, administrativos e de meios dedicados de telecomunicações. Estimativas de mercado mostram que a montagem de uma estrutura capaz de atender a 1.750 usuários com 120 linhas telefônicas girava em torno de R\$ 100.000,00 (cem mil reais)²². Há que se notar, entretanto, que este cenário vem mudando em função do novo padrão de concorrência vigente neste mercado. O que se observa é que os grandes provedores têm investido fortemente em gasto com publicidade. Para se ter uma idéia, empresas de Internet, aqui incluídos provedores e portais, investiram cerca de R\$ 80 milhões em 1999 e a previsão

¹⁹ Muitos provedores têm se utilizado do mecanismo de aluguel de portas, que pode reduzir o tempo e custo de instalação de várias linhas telefônicas. “Portas”, conforme informações colhidas junto à requerente, é o termo genérico para indicar o equipamento, ou o conjunto de equipamentos, que permitem a alocação de “espaço” junto às empresas telefônicas locais e possibilitam determinado provedor ofertar localmente o acesso à Internet aos usuários. No caso da TerraZaz, cada porta comporta mais ou menos 10 usuários.

²⁰ A empresa menciona que “(os) serviços são ofertados a toda comunidade sem restrição. Entretanto, dependendo da localização do cliente, a oferta destes serviços estará sujeita a disponibilidade de meios na central telefônica, que atende a este cliente”. A empresa menciona também que o tempo para disponibilização de seus serviços depende de fatores como a localização das instalações do cliente (distância das 29 estações telefônicas; disponibilidade de meios (rede física, rede de entrada no domicílio do provedor, rede de acesso); configuração solicitada, característica do equipamento e nível de qualidade se serviço definidos pelo provedor. A Telesc ressalta ainda que a empresa não é a única fornecedora de meios a provedor em Joinville. O provedor tem alternativa de contratar os serviços da concorrência.

²¹ Oportunidades de vendas são parcelas de mercado potencialmente disponíveis às firmas entrantes. Já as Escalas Mínimas Viáveis (EMV) correspondem ao menor nível de vendas anuais que o entrante potencial deve obter para que seu capital seja adequadamente remunerado. Para maiores detalhes ver Guia SEAE.

²² Gazeta Mercantil. Relatório Panorama Setorial “Provedores de acesso à Internet”, janeiro de 2000, Vol. I, pp. 50 e 51.

para o ano 2000 era de R\$ 500 milhões. Segundo afirma a Gazeta Mercantil, mencionando fontes do mercado, a estratégia de entrada da AOL foi estimada em R\$20 milhões com propagandas em vários veículos de comunicação. Quanto ao UOL, estima-se que os investimentos chegaram a R\$ 10 milhões no último semestre de 1999. Para o portal Starmedia, menciona-se a cifra de R\$ 8 milhões para o mesmo período.²³

26. Alternativamente, entretanto, é possível também se supor que a entrada possa ocorrer através de franquias desses grandes provedores. Neste caso, o custo de entrada também seria mais elevado, no entanto, como já mencionado, o franqueado teria o benefício da cooperação do franqueador, além do uso de sua marca, em geral já conhecida nacionalmente pela inserção de peças publicitárias em veículos de comunicação que atingem todo o país, como a televisão, jornais e revistas de circulação nacionais. No caso de uma franquia do tipo da Terra, por exemplo, um franqueado, para operar com uma área mínima de 50m² a 70m², deveria investir entre R\$ 120.000,00 e R\$ 200.000,00.²⁴

27. Na presente operação, para se determinar as oportunidades de venda disponíveis a uma nova firma que queira entrar no mercado de Joinville foram consideradas: (a) a capacidade da nova empresa de apropriar-se de parte do mercado relevante, sem que haja redução de preços; e (b) a capacidade do entrante de capturar uma parcela significativa do crescimento de mercado.²⁵

28. O mercado de Joinville, à data da operação, era da ordem de R\$ 2.052.000,00.²⁶ Supondo ainda uma taxa anual de crescimento de 31%²⁷ para os próximos dois anos, este mercado teria, neste período, um acréscimo de R\$ 1.470 mil.

29. Considerando que uma entrada, para não provocar redução de preços, deveria ser efetivada ocupando no máximo 5%²⁸ do mercado relevante, uma nova empresa teria, à época da operação, um mercado disponível de aproximadamente R\$ 103 mil. Entretanto, se essa nova firma for capaz de capturar pelo menos 10%²⁹ do crescimento de mercado

²³ Idem pp. 69, 70.

²⁴ Idem p. 75

²⁵ Foi desconsiderada qualquer reação à entrada das firmas já estabelecidas, isto é, supôs-se que a entrada seria acomodada. Isso parece razoável na medida em que estamos tratando de um mercado com altas taxas de crescimento e de rápida evolução tecnológica, em que qualquer tentativa, por parte das firmas estabelecidas, de deter a entrada seria ineficiente. Também não foi considerada a possibilidade da redução da oferta do serviço prestado derivada do exercício do poder de mercado. Note-se que, aparentemente, os preços em Joinville vêm acompanhando os preços nacionais. Há que se observar, entretanto, que nada impede que isso venha a mudar no futuro. Tal fato se deve, como já destacado anteriormente, ao custo diferenciado da ligação telefônica interurbana, superior ao custo da ligação local.

²⁶ O tamanho do mercado foi calculado com base no número de 8.550 assinantes totais da cidade e da suposição de taxa de acesso da ordem de R\$ 20,00/mês.

²⁷ Taxa de crescimento para o Brasil expandida para a localidade em análise. Dados levantados pela Internet Data Corporation apresentado em *Latin America Internet and eCommerce Strategies: Brazil Results*, Abril 1999, Vol. 2 (IDC#BECOM99V2).

²⁸ Percentual aceito internacionalmente como razoável para análises semelhantes.

²⁹ Este percentual está baseado na suposição de que uma nova empresa seria capaz de capturar algo equivalente a segunda maior empresa remanescente no mercado relevante após a operação.

(aproximadamente R\$ 147 mil), o mercado disponível à essa empresa (ou sua oportunidade de venda) seria de R\$ 250 mil.

30. Tomando por base os valores apresentados para a instalação e funcionamento de um provedor de acesso discado (supostamente a Escala Mínima Viável - EMV), que varia de R\$ 100.000,00 a R\$ 200.000,00, pode-se afirmar que a entrada seria provável no mercado analisado.

31. Entretanto, a entrada só pode ser considerada suficiente quando permitir que todas as oportunidades de venda sejam adequadamente exploradas pelos entrantes em potencial. Deve-se lembrar que a entrada de um novo provedor pode ocorrer de três formas diferentes:

(a) em nichos específicos de mercado;

(b) com altos gastos de publicidade; e

(c) por meio de grandes empresas que já atuam em nível nacional ou por meio de suas franquias.

32. Embora os custos irrecuperáveis do setor Internet tenham aumentado no último ano, em virtude da necessidade de investimento em publicidade e marketing, do ponto de vista técnico, genericamente falando, a entrada no mercado de Internet é sempre possível. Assim, a entrada em nichos, tais como provedores especializados em públicos bastante distintos como, por exemplo, provedores que oferecem atendimento preferencial e serviços moldados a categorias profissionais (médicos, advogados) ou a grupos de interesse específicos, como desportistas e colecionadores, é factível.³⁰ Há que se observar, no entanto, que este tipo de entrada não afetaria o espaço ocupado pela Nutec, direcionada a um público mais amplo, que acessa à Internet a partir de seu domicílio e que o utiliza a rede basicamente para atividades de lazer e entretenimento. Neste sentido não haveria garantias de que a Nutec não aumentaria os seus preços ou reduziria a qualidade dos serviços prestados.

33. Da mesma forma, em vista do novo padrão de concorrência, baseado em altos gastos em publicidade, a entrada apenas em pequenos mercados, como é o caso de Joinville, não se justificaria economicamente. É mais lógico supor que qualquer entrada nestes mercados só seria viável se ocorresse em outros grande mercados, diluindo, assim, os custos com publicidade. Deve-se destacar todavia, que essa é uma tendência evidente: o mercado de Internet no Brasil tem sido “contestado” por empresas internacionais. O caso mais conhecido é o da AOL Brasil, que pertence à maior empresa de Internet do mundo, a American Online, de capital norte americano, e que recentemente entrou no Brasil em parceria com o grupo venezuelano Cisneros e com o Banco Itaú.

34. Por último, há que se considerar a entrada de grandes provedores, que já têm suas marcas fixadas em nível nacional. Em Joinville conforme visto na figura 01 acima, atuam apenas dois grandes provedores nacionais. A Pesquisa da Revista Info Exame

³⁰ Deve-se mencionar que o provedor de Internet que opera em um nicho do mercado está, geralmente, associado a um “portal” vertical, ou seja, uma página (ou “site”) na Internet que reúne informações de uma área de interesse específico. No entanto, é possível que um provedor de acesso ofereça estes serviços somente para seus assinantes ou os ofereça com vantagens para os mesmos.

(Tabela 06), mostra os principais provedores nacionais e suas respectivas parcelas de mercado nacionais.

Tabela 06

Ranking dos provedores de acesso pago, por assinantes (em milhares), em 1999.

Provedor	Assinantes
UOL	600,0
Terra	366,2
O Site	100,00
AOL Brasil	80,0
Matrix	60,0
Onda	35,0
Originet	25,0
Uninet	18,8
Elógica	17,1
Outros	1.217,9
Total	2.700,0

Fonte: Revista Info Exame, n.º 168, Março de 2000

Elaboração: Seae

35. Somente Terra e UOL estão presentes na cidade, ou seja, existem outros grandes competidores que poderiam, a qualquer momento, entrar no mercado de Joinville. Há que se perceber que, neste caso, a entrada poderia também se dar através de um "pop", caracterizando, para essas grandes empresas, uma entrada do tipo "*hit-and-run*".³¹ Sendo assim, é pouco provável que a Requerente opte por aumentar preços ou reduzir a qualidade dos serviços prestados na cidade de Joinville.

IV - RECOMENDAÇÃO

36. No mercado de Internet do município de Joinville existe a possibilidade de entrada de novos competidores pois existem possibilidades técnicas para instalação de um negócio de acesso à Internet via linha telefônica discada. Além do mais, existem grandes provedores nacionais que não atuam na cidade e que podem entrar em Joinville. Em suma, a entrada de novos competidores é tempestiva, provável e suficiente.

37. Diante do exposto sugere-se aprovação do ato.

À consideração superior.

³¹ Uma entrada do tipo "*hit-and-run*" é aquela em que não é necessário se incorrer em elevados custos irre recuperáveis. Nestes casos, a entrada será lucrativa, inibindo qualquer tentativa de se aumentar preços ou baixar a qualidade dos serviços no mercado

LUÍS HENRIQUE D'ANDREA
Coordenador

GLAUCO AVELINO SAMPAIO OLIVEIRA
Assistente Técnico

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico

Anexo 01

Empresas do Grupo Telefônica no Brasil

Empresas	Atividades	Áreas de atuação
TBS Participações S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT; ações de emissão da Celular CRT Participações S.A.	-----
Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT	Serviço Telefônico Fixo Comutado (“STFC”) Celular CRT Participações	Estado do Rio Grande do Sul, exceto os municípios integrantes do setor 30 ⁱ
Celular CRT Participações	Holding detentora de ações de emissão da CRT Celular S.A.	-----
Celular CRT S.A.	Serviço Móvel Celular (“SMC”) Celular S.A.	Área 5 e 6 (Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul)
SP Telecomunicações Holding S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Telecomunicações de São Paulo S.A. – Telesp	-----
SP Telecomunicações de São Paulo S.A. – Telesp	STFC	Estado de São Paulo, exceto os municípios integrantes dos Setores 32, 33 e 34 ⁱⁱ
Iberoleste Participações S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Tele Leste Celular Participações S.A.	-----
Tele Leste Celular Participações S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Telebahia Celular S.A. e Telesergipe Celular S.A.	-----
Telebahia Celular S.A.	SMC	Área 9 (Estados da Bahia e Sergipe)
Telergipe Celular S.A.	SMC	Área 9 (Estados da Bahia e Sergipe)
Sudestecel Participações S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Telerj Celular S.A. e Telest Celular S.A.	-----
Tele Sudeste Celular Participações	Holding detentora de ações de emissão da Telerj Celular S.A. e Telesp Celular S.A.	-----
Telerj Celular S.A.	SMC	Área 3 (Estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo)
Telest Celular S.A.	SMC	Área 3 (Estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo)
Tele Ibero Americana Ltda.	Holding detentora de ações de emissão da Tele Sudeste Celular Participações S.A., Telerj Celular S.A., Telest Celular S.A., Tele Leste Celular Participações S.A., Telebahia Celular S.a. e Telecomunicações de São Paulo S.a. – Telesp	-----
Intertelefonica do Brasil Ltda.	Holding detentora de ações de emissão da Portelcom Participações S.A.	-----
Portelcom Participações S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Telesp Celular Participações S.A.	-----
Telesp Celular Participações S.A.	Holding detentora de ações de emissão da Telesp Celular S.A.	-----
Telesp Celular S.A.	SMC	Área 2 (Estado de São Paulo, excluídos os municípios contidos na Área 1 ⁱⁱⁱ)
Atento Brasil S.A.	Call center e tele-atendimento	-----
Telefônica Data do Brasil Ltda.	Empresa não operacional	-----
Telefônica Publicidade e Informação Ltda.	Contratação da edição de listas telefônicas	-----
Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	Holding detentora de ações de emissão da Terra Networks Brasil S.A.	-----
Nutecnet Caxias do Sul Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Caxias do Sul –RS; Farroupilha – RS; Bento Gonçalves –RS
Nutecnet Criciúma Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Criciúma –SC

Nutecnet Blumenau Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Blumenau –SC
Nutecnet Itajaí Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Itajaí-SC
Nutecnet Santa Maria Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Santa Maria –RS
Wide Net Soluções Internet Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Brasília –DF
Netville Comunicações Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Joinville – SC
Telefónica SAM Ltda.	Empresa não operacional	-----
Africanet – Provedores de Acesso e Informações Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Belo Horizonte – MG
Interpage Informática Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Sorocaba – SP; Itú – SP
Easyway Integradora de Sistemas Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Belo Horizonte –MG; Porto Alegre – RS; Santa Maria – RS; Nova Hamburgo – RS*; São Leopoldo – RS*; Campo Bom – RS*
Missões Informáticas Ltda. ME	Provedora de acesso à Internet	Santo Ângelo–RS; Ijuí –RS e Santa Rosa – RS
Pensatron Informática Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Rio de Janeiro – RJ
Centrais Telefônicas de Ribeirão Preto S/A – Ceterp	STFC	Municípios de Guataporã e Ribeirão Preto (área n.º 32)
Ceterp Celular S.A.	SMC	Área 2 (Estado de São Paulo, excluídos os municípios contidos na Área 1 ⁱⁱⁱ)
Manchester Informática Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Cachoeiro –ES; Alegre –ES; Castelo – ES; Aracruz/Coqueiral – ES; Colatina – ES; Linhares –ES
Trilha Sistema de Comunicação Ltda.	Call center e tele-atendimento	-----
Nautilus Informática Ltda.	Provedora de acesso à Internet	São José do Rio Preto –SP
Internews Acessoria e Informática Ltda	Provedora de acesso à Internet	Cuiabá – MT
Tendência Distribuidora de Jornais e Revistas	Provedora de acesso à Internet	Campo Grande – MS
Connet São Carlos Tecnologia e Serviços Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Cidades de São Carlos, Limeira e Rio Claro – SP
MS Internet Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Campo Grande – MS
Alexandre Giovanini Martins – Empresa Individual	Provedora de acesso à Internet	Marília – SP
Teconet Comunicações Ltda. – ME	Provedora de acesso à Internet	Piracicaba – SP
Netcam Ltda.	Provedora de acesso à Internet	Goiânia–GO; Anápolis– GO; Palmas– TO
Sergóvia Participações Ltda.	Empresa Holding com ações da empresa Terra.	-----

Fonte: Requerentes e Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel. Elaboração: SEAE.

[i]– Municípios de Pelotas, Capão do Leão, Morro Redondo e Turuçu, no Estado do Rio Grande do Sul;

[ii]– **A área geográfica 32** incluem os seguintes municípios do Estado de São Paulo: Guataporã, Ribeirão Preto; **A área geográfica 33** incluem os seguintes municípios do Estado de São Paulo: Altinópolis, Aramina, Batatais, Brodosqui, Buritizal, Cajuru, Cássia dos Coqueiros, Colômbia, Franca, Guaiara, Guará, Ipuã, Ituverava, Jardinópolis, Miguelópolis, Morro Agudo, Nuporanga, Orlândia, Ribeirão Corrente, Sales de Oliveira, Santa Cruz da Esperança, Santo Antônio da Alegria, São Joaquim da Barra. **A área geográfica 34** incluem os seguintes municípios do Estado de São Paulo: Cubatão, Mogi das Cruzes, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra e Suzano;

[iii] – Área Geográfica 1 compõe os seguintes municípios pertencentes ao Estado de São Paulo: Alumínio, Araçariguama, Arujá, Atibaia, Barueri, Biritiba-Mirim, Bom Jesus dos Perdões, Bragança Paulista, Cabreúva, Caieiras, Cajamar, Campo Limpo Paulista, Carapicuíba, Cotia, Dadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Igaratá, Itapeverica da Serra, Itapeví, Itaquaquecetuba, Itatiba, Itú, Itupeva, Jandira, Jarinu, Joanópolis, Jundiá, Juquitiba, Mairinque, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Morungaba, Nazaré Paulista, Osasco, Pedra Bela, Pinhalzinho, Piracaia, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Salto, Santa Izabel, Santana de Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, São Paulo, São Roque, Suzano, Taboão da Serra, Tuiuti, Vargem, Vargem Grande Paulista e Várzea Paulista.

[*] Nessas cidades, a Easyway possui “postos de serviço”, onde se localizam apenas equipamentos e nenhuma mão de obra, para viabilizar aos assinantes acesso à Internet sem a necessidade de pagar o custo de uma ligação interurbana.