



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE

Parecer n.º 489/COGSE/SEAE/MF

Brasília, 06 de dezembro de 2000.

Referência: Ofício n.º 1579/00/SDE/GAB, de 10.04.2000

=====

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.003792/00-20

Requerentes: Landmark Communications Inc. e Tasc Inc.

Operação: Aquisição, pela Landmark, de 100% das ações da WSI Corporation, pertencentes à Taxc Inc. Operação mundial, no setor de sistemas meteorológicos, serviços de dados meteorológicos e serviços de previsão de tempo.

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 isso, conteúdo decisório ou vinculante, mas apenas auxiliar ao julgamento, pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, dos atos e condutas de que trata a Lei.

A divulgação do seu teor atende ao propósito de conferir publicidade aos conceitos e critérios observados em procedimentos da espécie pela Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE, em benefício da transparência e uniformidade de condutas.”

A Secretaria de Direito Econômico – SDE, do Ministério da Justiça – MJ, solicita à SEAE, nos termos do Art. 54 da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas Landmark Communications Inc. e WSI Corp.

Ato Landmark Tasc

1. DAS REQUERENTES

1.1. Adquirente

A *Landmark Communications Inc.* (“Landmark”), com sede em Norfolk, Virgínia, Estados Unidos da América, tem como principais setores de atividade jornais, rádio e televisão. Ela pertence ao Grupo *Landmark – Landmark Communications Inc.*, de nacionalidade estadunidense, com atuação nas mesmas áreas da empresa adquirente. O Grupo Landmark é proprietária do *The Weather Channel Network*, que inclui, com atuação no Mercosul, *El Canal del Tiempo* (servindo a América Latina) e O Canal do Tempo (servindo o Brasil).

2. Em 1999, o Grupo Landmark obteve, no Brasil, um faturamento de, aproximadamente, US\$ 487.000,00 (R\$ 881.470,00¹). No mundo, o Grupo obteve um faturamento de, aproximadamente, US\$ 703.000.000,00 (R\$ 1.272.430.000,00²).

3. Os maiores acionistas da Landmark são: *Nations Bank – Bank of America – Services NE*, com 35,10% das ações Classe A; *Frank Batten, Jr. Trust*, com 36,25% das ações Classe A; *Frank Batten 1986 Family Trust*, com 18,25% das ações Classe A; e *Nations Bank (Glennan Trust) – Bank of America – Business Advisory & Valuation*, com 8,42% das ações Classe A.

4. As requerentes informaram que o Grupo Landmark não realizou aquisições, fusões, associações e constituições conjuntas de novas empresas no Brasil e no Mercosul nos últimos três anos.³

¹ Informações prestadas pelas requerentes na petição inicial, utilizando a taxa de câmbio de R\$ 1,81/US\$ 1,00.

² Ver nota nº 1.

³ Informações prestadas pelas requerentes na petição inicial.

1.2. Adquirida

5. A Weather Services International (WSI Corporation), uma empresa da TASC Inc, ambas pertencentes ao Grupo Litton, de nacionalidade estadunidense, é reconhecida como líder mundial no segmento de informações meteorológicas. O Grupo Litton atua nos mercados de tecnologia para eletrônica avançada, defesa e sistemas de informação. A única empresa ligada ao Grupo Litton no país é a Litton do Brasil Ltda, com sede em São Paulo, capital. A TASC, por sua vez, possui no Brasil a Weather Services International Ltda., com sede em São Paulo. Entretanto, esta empresa encontra-se inoperante desde a sua constituição, em 21 de janeiro de 2000.⁴

6. O faturamento da TASC no Brasil, em 1999, foi de US\$ 80.150,00 (R\$ 145.071,50⁵) e, no mundo, de US\$ 466.663.000,00 (R\$ 844.660.030,00⁶). Já o Grupo Litton obteve, no Brasil, na mesma data, um faturamento de US\$ 1.592.000,00 (R\$ 2.881.520,00⁷) e, no mundo, de US\$ 4.800.951.000,00 (R\$ 8.689.721.300,00⁸).

7. O capital social da WSI Corporation é totalmente detido pela TASC Inc. As requerentes informaram que o Grupo Litton não realizou aquisições, fusões, associações e constituições conjuntas de novas empresas no Brasil e no Mercosul nos últimos três anos⁹

2. DA OPERAÇÃO

8. A operação consistiu na aquisição, pela Landmark, de todas as ações emitidas e em circulação da Weather Services International (WSI), pertencentes a

⁴ Informação prestada em resposta ao Ofício n° 2.302/00.

⁵ Informações prestadas pelas requerentes em resposta ao Ofício n° 3.385/00, utilizando-se a taxa de câmbio de R\$ 1,81/US\$ 1,00 para a conversão. O faturamento da TASC no Brasil foi obtido através de contratos firmados entre clientes brasileiros e a WSI Corporation, diretamente na sua sede nos Estados Unidos.

⁶ Ver nota n° 4.

⁷ Idem.

⁸ Idem.

TASC Inc. Esta operação foi realizada através da celebração de um contrato de compra e venda de ações, firmado em 07/02/2000, pagando a empresa adquirente, em 10/03/2000, o montante de, aproximadamente, US\$ 120.000.000,00 (cento e vinte milhões de dólares). Como contrapartida, a Landmark obteve o controle de todas as ações da WSI, incluindo as empresas The Analytic Sciences Corporation Ltd. (TASCUK) e Litton Weather Services International Ltd. (WSIUK), ambas pertencentes a WSI e constituídas no Reino Unido.

9. O ato de concentração em questão foi apresentado pela adquirente à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, em 06 de abril de 2000.

10. A submissão do presente ato aos órgãos integrantes do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência ocorreu, de acordo com as requerentes, em virtude do disposto no parágrafo 3º do art. 54 da Lei nº 8.884/94, tendo em vista o faturamento mundial da Landmark Communication no exercício financeiro de 1999.

11. Como consequência da operação, a WSI Corporation, que antes pertencia totalmente à TASC Inc, passou a ser detida pela Landmark Communication.

12. As requerentes informaram que a aquisição da WSI pela Landmark visa acrescentar à sua estrutura produtos complementares, facilitando o desenvolvimento de softwares para a previsão e apresentação de dados meteorológicos. O Grupo Litton, proprietário da WSI, vendeu a sua participação visando centralizar-se nos seus negócios principais, amortizar dívidas e construir patrimônio dos seus acionistas.¹⁰

13. O presente ato de concentração foi apresentado às autoridades antitruste norte-americanas, e foi aprovado em 23 de fevereiro de 2000, segundo documento constante dos autos, por outorga de término antecipado do período de espera (*granted early termination of the pre-merger waiting period*).

⁹ Ver nota nº 3.

3. DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

3.1. Mercado Relevante de Produto

14. As requerentes sinalizaram, no questionário do anexo I do CADE, incluso na petição inicial, a hipótese de o mercado relevante de produto ser o de distribuição de programação de vídeos diversos para redes de televisão, embora o mercado de atuação destas esteja situado no setor de programação específica de previsões meteorológicas. Para isso, citou vários canais de TV por assinatura como substitutos das requerentes, por oferecerem programação de vídeo para redes de televisão. Foram indicados canais de diversas categorias, como esportivos (ESPN Brasil e Internacional), infantis (FOX Kids) e de filmes (HBO Brasil). Além desses, foram apontados concorrentes no mercado específico das requerentes, como a Accuweather e a Climatempo. A empresa de consultoria contratada pelas requerentes apontou¹¹, além dessas duas empresas, a Somar Meteorologia (está formalizando parceria com a Accuweather para atuar no mercado televisivo), a Vento Noroeste (não está estruturada para atender redes de televisão, embora tenha interesse em entrar nesse mercado), a Weather System (não está estruturada para atender às necessidades dos produtos de televisão) e a FUNCATE (Fundação da Ciência, Aplicações e Tecnologia Espaciais – atende alguns canais de televisão e tem capacidade para atender modelos encomendados por eles). Foram consultados, através de Ofícios¹², os principais clientes apontados pelas requerentes. Como quase a totalidade enfatizou que, como primeira alternativa a um hipotético exercício de poder de mercado pelas requerentes, procuraria um concorrente no mesmo mercado de atuação, não temos razão para considerar outros programadores de televisão além das empresas que atuam no mercado de programação especializada em previsões climáticas. Além disso, a própria

¹⁰ Ver nota nº 3.

¹¹ Informações inseridas no relatório da empresa de consultoria (SIAC), que se encontra anexado aos autos do processo.

motivação da demanda do telespectador por programações específicas impede essa generalização do mercado relevante a ser definido. Um telespectador que quer assistir a um canal especializado em previsão do tempo não é, necessariamente, o mesmo que procura por um canal de esportes, por exemplo.

15. A Landmark, através da The Weather Channel Latin America (“TWCLA”), oferta três tipos de produtos no Brasil, quais sejam: uma rede de TV a cabo 24 horas, com programação especializada em previsão do tempo (Canal do Tempo); transmissão de segmentos sobre condições climáticas em formato gráfico, apropriado para redes de televisão aberta; e boletins escritos sobre previsão do tempo, para emissoras de rádio. (...sigilo...). A WSI, por sua vez, possui uma filial no Brasil que intermedia a comercialização dos produtos ofertados por sua matriz nos Estados Unidos com clientes nacionais, gerando produtos sob encomenda. (...sigilo...)

16. A Rede de TV a cabo 24 horas da The Weather Channel, denominada “Canal do Tempo”, disponível para operadores de TV a cabo e via satélite (TV por assinatura), apresenta informações sobre o tempo de várias localidades, incluindo a previsão local que vai ao ar seis vezes por hora. (...sigilo...). O outro produto/serviço ofertado pela TWCLA é similar ao Canal do Tempo, diferenciando-se do primeiro apenas no período de disponibilidade das informações, com o fornecimento de segmentos sobre condições climáticas de uma região específica, para serem utilizados por redes de televisão aberta nos seus noticiários locais. (...sigilo...).¹³ A WSI forneceu em 1999, no Brasil, um produto/serviço similar ao da TWCLA, que consiste no fornecimento de vídeos para transmissoras de televisão aberta contendo uma série de gráficos e informações climáticas, prontas para ir ao ar. (...sigilo...). Além disso, a WSI tem a capacidade de ofertar serviços sob encomenda, (...sigilo...).

¹² Ofícios n.º 1.912, 1.913, e 1.914.

¹³ Segundo informações prestadas pelas requerentes em resposta ao Ofício n.º 1.259/00, o SBT representa (...) % do faturamento bruto da TWCLA no Brasil.

17. Para a delimitação do mercado relevante do produto neste processo, deve-se considerar, além das diferenças nos formatos dos programas ofertados pelos participantes desse segmento, o público-alvo destas empresas. O público que assiste a boletins meteorológicos nas redes de televisão aberta não está, a princípio, buscando esses produtos específicos, mas sim os programas nos quais os mesmos são inseridos, como os telejornais, forma mais comum de inserção desses boletins. Estes são, na realidade, um incremento ao programa principal, um “plus”. Já o público que assiste a canais específicos sobre previsão do tempo em operadoras de TV por assinatura demanda informações específicas, encontradas nesse tipo de programação. Este consumidor está interessado nesses canais, como o Canal do Tempo, da TWCLA, e a TV Climatempo, da Climatempo, visando obter dados sobre o tempo para utilizações diversas, como negócios e lazer, por exemplo. Sendo assim, delimitamos dois mercados relevantes de produto neste processo, quais sejam: programação e distribuição de vídeos relacionados à previsão do tempo para redes de televisão aberta, sendo a WSI participante deste mercado, juntamente com outras empresas já citadas; e programação e distribuição de canais de previsão do tempo para operadores de televisão por assinatura, sendo a TWCLA uma das principais participantes desse mercado.

3.2. Mercado Relevante Geográfico

18. O mercado relevante geográfico deste processo é o nacional, haja vista o suporte técnico necessário para o bom funcionamento dos hardwares e softwares utilizados na apresentação de vídeos sobre previsão do tempo, e a necessidade da utilização de profissionais da área com conhecimento dos aspectos locais, além de alguns aspectos culturais relevantes nesse mercado, como o domínio da linguagem utilizada nas diversas regiões do país e o conhecimento político-geográfico das mesmas.

19. Estas características, importantes para a caracterização do mercado relevante como nacional, como o suporte técnico, a utilização de meteorologistas com conhecimento local e outras questões culturais, foram ratificadas por alguns dos concorrentes consultados. A Accuweather, única das concorrentes mencionada com sede no exterior, informou que as barreiras para a comercialização desses produtos em nível mundial, acima citadas, embora não limitem essa possibilidade, podem refletir na qualidade dos serviços prestados.¹⁴ Segundo esta empresa, a presença de um representante local no país ou a formação de parceria com uma empresa nacional, com atuação na área, possibilitam a oferta de serviços de suporte técnico aos equipamentos utilizados pelos clientes, além da utilização de meteorologistas brasileiros, com experiência nos aspectos político-geográficos locais e com o domínio da linguagem utilizada nas apresentações feitas para as diversas regiões do Brasil, diferenciando os produtos e serviços oferecidos aos clientes nacionais de uma empresa que não possui essas qualidades. Esta empresa, uma das mais antigas e maiores companhias comerciais de fornecimento de produtos e prestação de serviços de previsão do tempo no mundo, está formalizando uma parceria com a brasileira Somar Meteorologia, com o propósito de tornar seus produtos e serviços mais próximos aos clientes no Brasil.¹⁵ A Simtech, representante da Accuweather no país, salientou a relevância de uma parceria desse tipo.¹⁶ Outra concorrente consultada, a Climatempo, informou que, no seu entendimento, não é possível prover um serviço de qualidade no setor de informação meteorológica no Brasil sem ter atributos como domínio da língua, conhecimento das características históricas locais, suporte técnico, atendimento personalizado, dentre outros.¹⁷ Por fim, as requerentes informaram que os serviços pós-venda são necessários e fazem parte dos serviços ofertados pelas mesmas no Brasil. Como esses serviços demandam a utilização de equipamentos e softwares específicos, o acompanhamento do seu funcionamento é essencial para a manutenção de um padrão de qualidade.¹⁸

¹⁴ Informações dadas em resposta ao Ofício nº 1.916/00.

¹⁵ Ver nota nº 11.

¹⁶ Ver nota nº 14.

¹⁷ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 1.915/00.

¹⁸ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 2.724/00.

4. POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

20. Segundo a empresa de consultoria contratada pelas requerentes (SIAC)¹⁹, o mercado de programação de previsão do tempo no Brasil ainda é muito pequeno, com um número limitado de empresas participantes. Todavia, a SIAC informa que o mercado está em expansão, posto que a meteorologia vem sendo utilizada cada vez mais para a tomada de decisões nas estratégias e planejamentos operacionais de alguns setores da economia, visando a um incremento da eficiência em suas atividades. Ainda conforme a SIAC, não existem informações disponíveis sobre o tamanho preciso desse mercado no Brasil. Esta empresa informa que algumas estimativas indicam que o faturamento dessa indústria esteja entre cinco e seis milhões de reais por ano, considerando-se todos os segmentos, e não só a mídia. As requerentes, instadas a apresentarem dados sobre as suas parcelas de mercado e a dos competidores diretos²⁰, ratificaram a informação da SIAC de que não há dados oficiais nem tampouco não oficiais, tendo em vista o tamanho reduzido desse mercado no Brasil, com competidores de pequeno porte ou apenas com escritórios de representação no país. Todavia, as requerentes estimaram, segundo as mesmas, com base em alguns poucos dados conseguidos, o faturamento do mercado de programação de previsão do tempo para televisão em aproximadamente dois milhões de reais por ano²¹, com tendência de crescimento, pois as emissoras de televisão estão procurando diferenciar seus produtos, com previsões mais precisas e formatos mais inovadores. Não há, contudo, uma previsão específica do faturamento alcançado no mercado de redes de televisão aberta e no mercado de televisão por assinatura separadamente.

21. Com o intuito de definir as participações dos principais competidores desses mercados, esta Secretaria solicitou o faturamento dessas empresas, alcançado em 1999, na comercialização de produtos e/ou serviços relacionados à previsão do

¹⁹ Ver nota nº 11.

²⁰ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 1.259/00.

tempo para clientes no Brasil, discriminando o setor de atividade dos mesmos. Considerando apenas as receitas referentes ao setor de televisão, tendo em vista a definição dos mercados relevantes de produto das requerentes no Brasil, e o faturamento das cinco empresas consideradas como principais competidoras tanto pelas requerentes quanto pelos clientes consultados²², chegamos a um faturamento total nesse mercado de R\$ (...sigilo...), próximo, pois, da estimativa realizada pelas requerentes (R\$ 2 milhões). A TWCLA obteve um faturamento de US\$ 487.000,00 (R\$ 881.470,00) em 1999, exclusivamente com a comercialização de seu canal de previsões meteorológicas (Canal do Tempo) com operadores de televisão por assinatura.²³ A WSI obteve um faturamento em 1999 de US\$ 80.150,00 (R\$ 145.071,50)²⁴, com a comercialização de seus produtos com transmissoras de televisão aberta. A Climatempo apresentou um faturamento bruto no setor de televisão em 1999 de R\$ (...sigilo...)²⁵. Entretanto, como esta empresa comercializa seus produtos tanto com redes de televisão aberta quanto com operadores de TV a cabo²⁶, não há como precisar o montante alcançado em cada segmento específico. A FUNCATE faturou no mercado de televisão aberta, em 1999, R\$ (...sigilo...)²⁷. Finalmente, a Accuweather faturou em 1999 US\$ (...sigilo...) (R\$ (...sigilo...))²⁸, exclusivamente com o fornecimento de dados de previsão do tempo para a Rede Globo de Televisão no Brasil.

22. Esses dados, entretanto, podem não retratar fielmente o mercado de programação para televisão relativa à previsão do tempo, pois não há dados oficiais sobre o mesmo. Além disso, foi utilizado como faturamento bruto a estimativa das requerentes, e os produtos e serviços ofertados pelos competidores listados não são

²¹ Ver nota nº 20.

²² As cinco empresas consultadas foram: The Weather Channel Latin America, WSI Corporation, Accuweather/Simtech, Climatempo, FUNCATE.

²³ Ver nota nº 1.

²⁴ O faturamento desta empresa foi apresentado em dólares americanos, em resposta ao Ofício nº 3.385/00. Para a conversão em reais, foi utilizada a taxa de câmbio de US\$ 1,00 = R\$ 1,81, divulgada pelo Banco Central do Brasil em 31/12/99.

²⁵ Informação prestada em resposta ao Ofício nº 2.726/00.

²⁶ A Climatempo, no seu website www.climatempo.com.br/webnova/tvclima.htm, informa que o seu canal de televisão (TV Climatempo) é transmitido através do canal 21 da TV por assinatura da TECSAT.

²⁷ Informação prestada em resposta ao Ofício nº 2.727/00.

²⁸ Informação prestada em resposta ao Ofício nº 2.727/00.

homogêneos, apesar de substitutos nos seus mercados específicos (TV aberta e por assinatura). A Accuweather, por exemplo, não fornece programação para as redes de televisão, mas sim informações meteorológicas e equipamentos e softwares que são utilizados para receber essas informações e transformá-las em animações gráficas. Apesar de não fornecer programação pronta como as requerentes e outras empresas do setor, esta empresa é reconhecida como concorrente da WSI e da TWCLA tanto pelos clientes consultados quanto pelas outras empresas do setor. Ela própria reconhece as requerentes como principais concorrentes no mercado. Sendo assim, dada a impossibilidade de uma melhor definição sobre as participações das empresas participantes nos dois mercados definidos, passamos para a outra fase de análise.

5. PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

23. Apesar de existirem poucos competidores nos mercados relevantes definidos, a probabilidade de exercício de poder de mercado pela empresa concentrada é improvável em ambos os mercados, tendo em vista a grande possibilidade de desvio da demanda de seus clientes para produtos de outros concorrentes e também para outros produtos de fora do mercado de atuação das requerentes, fato confirmado por todos os clientes consultados. Esse grande grau de substitutibilidade dos produtos e serviços ofertados pela TWCLA e pela WSI deve-se, sobretudo, pela pouca relevância dos mesmos para a montagem da grade de programação das redes de televisão e das operadoras de televisão por assinatura, seus principais clientes.

24. Segundo a Net Brasil S/A, o “Weather Channel” (Canal do Tempo), produto adquirido da TWCLA, representa menos de 0,002% dos pagamentos realizados a título de aquisição de programação por algumas operadoras associadas.²⁹ A Rede Bandeirantes, que tinha um contrato de prestação de serviços com a WSI, informou que os boletins editados por esta empresa representavam menos de 1% de sua programação mensal. Além disso, a Bandeirantes apontou outras empresas que

poderiam substituir os serviços prestados pela WSI e, caso houvesse uma tentativa de exercício de poder de mercado por parte da nova empresa formada, poderia optar pela substituição dos seus produtos e serviços pelos de seus concorrentes ou, simplesmente, deixar de exibir a programação relativa à previsão do tempo, pois esta representa uma parcela muito pequena de sua grade diária.³⁰ A Rede Record, cliente da WSI, também ratificou as informações prestadas pelos clientes anteriores, informando que existem outras empresas capazes de prover o mesmo serviço prestado pela WSI e que estudaria a sua substituição caso houvesse um aumento abusivo de preços, ou simplesmente eliminaria a programação adquirida daquela empresa.³¹ Em resposta a ofício posterior, a Record informou que estava em análise, naquela data, proposta de outra empresa do setor, a G7, para substituição dos serviços da WSI.³² Finalmente, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) informou que adquire da TWCLA boletins meteorológicos que representam aproximadamente 1,67% de sua programação diária e, caso a TWCLA viesse a alterar a qualidade do seu produto ou o preço em patamares que o tornasse pouco interessante para o SBT, procuraria substituí-lo por produtos semelhantes ou produzi-lo internamente ou, em último caso, retirá-lo-ia de sua programação.³³

25. Com relação às informações prestadas pelos clientes consultados, consideramos improvável que as redes de televisão aberta deixem de apresentar boletins meteorológicos em suas programações, tendo em vista seus telespectadores já estarem habituados a assisti-los diariamente, aliado ao fato de que esses segmentos sobre previsão do tempo são transmitidos, normalmente, dentro de programações jornalísticas (telejornais) ou durante o intervalo de programas determinados. A sua exclusão implicaria redução na qualidade desses programas e poderia resultar em

²⁹ Informação prestada em resposta ao Ofício nº 1.913/00.

³⁰ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 1.912/00. Em resposta ao Ofício nº 2.637/00, a Bandeirantes informou que agora trabalha com a concorrente Climatempo.

³¹ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 1.914/00.

³² Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 2.636/00, em 09/08/2000. Entretanto, segundo informações insertas no site da Rede Record (<http://www.rederecord.com.br/record2000/programa/jornal/frjornal.htm>), a WSI continua a fornecer programação de previsão do tempo para o seu setor de jornalismo.

³³ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 2.626/00.

perda de mercado para outra rede de televisão que os exibisse em sua programação diária. A saída mais provável para uma eventual tentativa de exercício de poder de mercado da empresa concentrada seria a indicada pelo SBT, qual seja, produzir esses segmentos internamente. A Accuweather, por exemplo, fornece informações e equipamentos necessários a esse fim. Outras empresas do ramo, incluindo algumas fundações públicas, como a FUNCATE, também prestam esse tipo de serviço. A possibilidade de produção interna de programação específica de previsão do tempo pelas redes de televisão aberta dificulta o exercício de poder de mercado por uma empresa especializada, e também o exercício coordenado pelas empresas participantes deste mercado. Com relação aos operadores de televisão por assinatura, a incipiência do mercado de programação específica de previsão do tempo reduz a possibilidade de exercício de poder de mercado da Weather Channel, posto que seu principal cliente no país, a Net Brasil, disponibiliza seu canal para poucos operadores associados³⁴, alcançando um faturamento irrelevante com esse canal. Caso a Weather Channel aumente seus preços ou reduza a qualidade de seus programas, certamente perderá mercado para seu concorrente Climatempo ou para outra empresa de distribuição de canais para televisão paga. Assim, é provável que a TWCLA mantenha a distribuição de seu canal sob condições razoáveis de mercado, sob perda de receita para outras empresas, reduzindo-se o risco de penalização do consumidor final desses produtos com a sua eliminação das programações tanto no mercado de televisão aberta quanto no de televisão por assinatura.

26. Sendo assim, a probabilidade de exercício de poder de mercado nesse segmento específico é improvável, bem como o exercício coordenado entre os competidores, tendo em vista o tamanho reduzido do mercado de programação especializada em previsão do tempo no Brasil, com produtos ainda pouco explorados pelas redes de televisão no país e, portanto, facilmente substituíveis.

³⁴ Segundo informações prestadas em resposta ao Ofício nº 3979/00, a Net distribui o The Weather Channel para

6. RECOMENDAÇÃO

27. Conforme mencionado nos tópicos anteriores, a grande possibilidade de desvio da demanda dos produtos comercializados pelas requerentes, fato relatado pelos principais clientes consultados, inibe a probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da nova empresa formada. A opção que as redes de televisão aberta têm de produzir a programação relativa à previsão do tempo internamente também contribui para a redução dessa probabilidade. Por fim, a incipiência do mercado de programação de previsão do tempo para redes de televisão por assinatura no Brasil dificulta o exercício de poder de mercado pela The Weather Channel, que possui seu faturamento no país praticamente centrado em um cliente, a (...sigilo...).

28. Tendo em vista o acima exposto, entendemos que a presente operação não acarreta restrição ou prejuízo à concorrência, sendo, portanto, passível de aprovação.

À apreciação superior.

MÁRIO SÉRGIO ROCHA GORDILHO JÚNIOR

Assistente Técnico

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA

Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA

Secretário de Acompanhamento Econômico