



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação-Geral de Serviços Públicos e Infra-Estrutura

Parecer n.º 302/ 00/ COGSI / SEAE/ MF

Brasília, 21 de julho de 2000.

Referência: Ofício n.º 2588/00 GAB/SDE/MJ, de 16 de maio de 2000.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º 08012.006676//00-35.

Requerentes: *Psinet do Brasil Ltda e Pitaco Assessoria Técnica Ltda.*

Operação: aquisição da totalidade das quotas da Pitaco Assessoria Técnica Ltda. pela Psinet do Brasil Ltda..

Recomendação: 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, nos termos do art. 54, § 4º, da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração envolvendo as empresas PSINET DO BRASIL LTDA. e PITACO ASSESSORIA TÉCNICA LTADA..

1. Das Requerentes

1.1 Adquirente

PSINET DO BRASIL LTDA.

A R.B. INVESTIMENTOS BRASILEIROS S.A. teve sua denominação alterada para PSINET DO BRASIL S.A., em agosto de 1999, e para PSINET DO BRASIL LTDA., em setembro do mesmo ano, vindo a se transformar numa sociedade por quotas de responsabilidade limitada. A empresa tem como quotistas a R.B. INVESTMENTS DELAWARE e a PSINET SOUTH AMERICA HOLDINGS INC., sociedades norte-americanas que fazem parte do grupo norte- americano PSINET Inc., esta tem sede em 510 Huntmar Park Dr., Herndon, Virginia, nos Estados Unidos. A PSINET Inc. é uma das maiores empresas mundiais provedoras de Internet Protocolo – IP e também oferece completa linha de soluções de Internet, incluindo: (i) serviços de hospedagem de página (*web*); (ii) soluções de comércio eletrônico (*e-commerce*); e (iii) serviços de comunicação que unem empregados e operações geograficamente dispersos. A empresa passou a atuar no Brasil a partir da operação realizada em 20 de abril de 1999, quando a PSINET DO BRASIL LTDA., empresa do grupo, incorporou as empresas HORIZONTES INTERNET LTDA., WAVIS EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA LTDA. - OPELINK e SÃO PAULO ONLINE S/C LTDA. - STI.¹

A PSINET DO BRASIL LTDA., sediada no endereço Av. Rio Branco, n.º 108, 22º andar, cidade do Rio de Janeiro, por sua vez, possui como objeto social: (i) a participação no capital de outras sociedades, como acionista ou quotista, no Brasil ou no exterior; (ii) o provimento de acesso à Internet a usuários finais e serviços relacionados; (iii) a prestação de serviços de informática e processamento de dados e (iv) consultoria e assessoria técnica em informática e telecomunicações.

A tabela 1 mostra a composição acionária da PSINET DO BRASIL LTDA..

Tabela 1
PSINET DO BRASIL LTDA.

Empresas/ Sócios	Quotas	Valor (R\$)
R.B. Delaware Inc.	111.412.114	R\$ 111.412.114,00
PSINET South America Holding Inc.	1	R\$ 1,00

¹ Ato de concentração n.º 08012.005262/99-00. Esse ato trata-se de três operações, a incorporação das empresas Horizontes Internet Ltda., Wavis Equipamentos de Informática Ltda. (Opelink) e São Paulo Online S/C Ltda. (STI).

Fonte: Contrato Social da Psinet do Brasil Ltda. , de 15 de março de 2000, apresentado pela Requerente.

1.2 Da adquirida

PITACO ASSESSORIA TÉCNICA LTDA.

A PITACO ASSESSORIA TÉCNICA LTDA. (“PITACO”) é sociedade brasileira de responsabilidade limitada, com sede na Rua Dr. João Tavares de Moura, n.º 57/99, Peixinhos, Olinda, Estado de Pernambuco. A empresa, que tem como objeto social: (i) o provimento de acesso à Internet a usuários finais e serviços relacionados; (ii) a prestação de serviços de informática e processamento de dados; e (iii) consultoria e assessoria técnica em informática e telecomunicações, apresentou faturamento total de R\$ 5.367.087,00, no ano de 1999.

A tabela 2 mostra a composição acionária da PITACO antes da operação.

Tabela 2
Sócios da Pitaco Assessoria Técnica Ltda.

Sócios	Nº de cotas	Valor em R\$
José Eduardo Belarmino Alcoforado	173.023	173.023,00
Celeida Pereira de Melo Alcoforado	61.426	61.426,00
Mivacyr Meira Lima	26.347	26.347,00
José Sérgio de Andrade Galindo	41.402	41.402,00
Francisco Ricardo Belarmino Alcoforado	50.661	50.661,00
Joerg Storch	9.410	9.410,00
Luiz Vieira Filho	9.410	9.410,00
Erchard Cholewa Júnior	4.705	4.705,00
Total	376.384	376.384,00

Fonte: Requerentes

2. Da Operação

A operação notificada consiste na aquisição, por Contrato de Aquisição de Cotas, celebrado em 18 de abril de 2000, de totalidade das quotas da PITACO ASSESSORIA TÉCNICA LTDA., empresa integrante do grupo Elógica, pela PSINET DO BRASIL LTDA..

O contrato realizou-se considerando que:

- (i) a PITACO estava envolvida no negócio de provimento de serviço de acesso para a Internet;

- (ii) a PITACO provia acesso de alta velocidade a apartamentos residenciais através do DSL, e conexões de protocolo de ponto-a-pronto (o “Projeto Aparnet”);
- (iii) as companhias: Elógica Processamento de Dados S.A., Elógica Eletrônica S.A. e Elógica Novas Tecnologias Ltda. (coletivamente denominadas “Elógica”) concordaram em transferir para a PITACO determinados bens, ou os direitos de usar tais bens, exigidos para a conduta eficiente do Negócio de Internet, e a PITACO transferiu para a Elógica certos bens não exigidos para a conduta dos Negócios de Internet;

A Tabela 3 mostra a composição acionária da PITACO antes e depois da operação.

Tabela 3
Composição acionária da PITACO antes e depois da operação

ANTES		DEPOIS	
Sócios Quotistas	Nº de cotas	Sócio Quotistas	Nº de cotas
José Eduardo Belarmino Alcoforado	173.023	Psinet do Brasil Ltda.	376.383
Celeida Pereira de Melo Alcoforado	61.426	RB Investments Delaware Inc.	1
Mivacyr Meira Lima	26.347		
José Sérgio de Andrade Galindo	41.402		
Francisco Ricardo Belarmino Alcoforado	50.661		
Joerg Storch	9.410		
Luiz Vieira Filho	9.410		
Erchard Cholewa Júnior	4.705		
Total	376.384		376.384

Fonte: Requerentes

3. Do Mercado Relevante

3.1 Do Produto

A PITACO, anteriormente à operação, oferecia os serviços: (i) acesso à Internet por linha discada; (ii) acesso à Internet por conexão dedicada; (iii) hospedagem de página (“*home page*”); (iv) espaço para publicidade virtual; (v) fornecimento de dados sobre vestibular na *home page*; (vi) transmissão de rádio pela Internet; (vii) hospedagem de banco de dados; e (viii) serviço multimídia. Com a finalidade de definir o mercado relevante para a análise deste ato de concentração, cabe descrever brevemente os oito serviços mencionados acima.

De acordo com estimativas da ABRANET (Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet), publicada na Gazeta Mercantil em 17-

19/09/99, a Internet no Brasil registrou, em 1998, um volume de 1.600.000 assinantes e 2.200.000 usuários, contando com 321 provedores comerciais com 865 pontos de acesso em 348 cidades brasileiras. A grande maioria dos usuários acessa a Internet de suas residências ou são pequenas e médias empresas que apresentam um perfil de demanda bastante parecido com o do usuário residencial.² Em 1998, muitos provedores brasileiros forneceram também acesso por número ilimitado de horas, a um preço médio de R\$ 35,00 por mês por assinante. Ao longo do ano de 1999, em vista da facilidade de entrada neste mercado, observou-se o aparecimento de inúmeros novos competidores³, fazendo com que o preço médio de acesso ilimitado se reduzisse até atingir o patamar de R\$ 20,00. No presente, tem-se observado a expansão da oferta de serviços de acesso gratuito e ilimitado, bem como o aparecimento de novas tecnologias.

Para um provedor, os itens mais importantes na determinação do preço do acesso são o custo do aluguel pelo acesso ao *backbone*⁴, ou seja, a infra-estrutura que permite a efetiva conexão à Internet, e o aluguel de linhas telefônicas junto às empresas de telefonia.⁵ Enquanto o provedor de acesso a *backbone* trabalha à longa distância e “no atacado”, os provedores de acesso aqui analisados atuam como “varejistas” e dão acesso à rede aos usuários finais. No Brasil, alguns provedores de acesso a *backbone* são a GLOBAL ONE, a RNP, e a EMBRATEL, recentemente adquirida pela MCI Worldcom.⁶

Provimento de acesso via linha telefônica. Serviço de valor adicionado que possibilita o acesso à Internet a usuários e provedores de informação.⁷ O provimento é um serviço homogêneo, cuja qualidade depende, sobretudo no caso de acesso discado, do número de linhas que o provedor tem disponível para seus usuários e da capacidade do canal para transmissão de dados. Como em algumas localidades no Brasil ainda há insuficiência de oferta de linhas

² Dados da Abranet para assinantes e usuários da Internet no Brasil (1995-1998) indicam que 79% dos assinantes da Internet são famílias, que acessam seus provedores através de linhas telefônicas comuns de suas residências. Pequenas e médias empresas utilizam o mesmo instrumento de conexão à Internet.

³ O estudo da Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet, Abranet, informa que é necessário um capital de R\$ 100 mil para montar uma estrutura de provimento capaz de atender a 1.750 usuários, com 120 linhas telefônicas e um link da Embratel de 1Mbps.

⁴ 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.

⁵ Para um panorama amplo sobre o mercado ver Melo, P.R.S. e Gutierrez, R. M. “Globalização chega à Internet brasileira” COMPUTERWORLD, n.º 246, 1999. www.computerworld/communication/xfile/296/int_01.htm.

⁶ Benatti, M e Alford, A. “Brazil Internet Access Providers” . IDC Latin America, 1998. Para maiores informações sobre backbones mantidos pela Embratel e RNP, vide páginas das empresas na Internet: www.embratel.com.br e www.rnp.br.

⁷ A norma 004/95 da Anatel 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”.

telefônicas, a relação número de usuários/número de linhas de entrada é relativamente alta, o que faz diminuir a qualidade do acesso, tendo em vista o aumento do tempo de espera pelo usuário para efetuar a conexão.⁸ Muitos analistas do setor de telecomunicações compartilham a opinião de que a oferta de linhas telefônicas tenderá a ser normalizada tão logo entrem em operação novas operadoras de serviços de telecomunicações, que oferecerão uma gama variada de alternativas para os provedores de acesso à Internet.⁹

De maneira geral, observadores do mercado de provimento concordam que a oferta de serviço de acesso gratuito via linha telefônica acirrará a competição no setor, como tem sido amplamente divulgado pela imprensa. Pela novidade do serviço, há, no entanto, controvérsias quanto à capitalização dessas empresas de acesso gratuito, uma vez que a principal fonte de faturamento deste mercado ainda provém da cobrança pelo acesso.¹⁰ Por outro lado, com o desenvolvimento tecnológico e o intenso processo de convergência de várias mídias, constata-se o surgimento de um segmento também cobrado de acesso à Internet por meio de outras tecnologias, entre as quais destaca-se o acesso via cabo. O acesso por meio dessas outras tecnologias deverá tornar-se futuramente uma alternativa para os consumidores brasileiros, mas, no presente, o serviço oferecido não pode ser considerado um substituto perfeito para o 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 consumidor poder substituir seu provedor de acesso discado. Por fim, nota-se que, seguindo uma tendência mundial, a participação de mercado deste segmento tem aumentado gradualmente, mas é ainda bastante reduzida no presente.¹¹

⁸ A norma 004/95 da Anatel, que regula o uso de meios da rede pública de telecomunicações para acesso à Internet, determina em seu item 5.4. que “as Entidades Exploradoras de Serviços Públicos de Telecomunicações não discriminarão os diversos PSCIs [Prestadores de Serviço de Conexão à Internet] quando do provimento de meios da Rede Pública de Telecomunicações para a prestação dos Serviços de Conexão à Internet. Os prazos, padrões de qualidade e atendimento e os valores praticados serão os regularmente fixados na prestação do Serviço de Telecomunicações utilizado.”

⁹ Há também novas propostas sendo geradas pelo Comitê sobre Infra-estrutura Nacional de Informações (C-INI), instituído pela Anatel em 17 de junho de 1998, que tem o “objetivo de formular ao CD [Conselho Diretor da Anatel] proposições e recomendações relacionadas ao setor de telecomunicações que contribuam para o desenvolvimento e o uso da Infra-estrutura Nacional de Informações. Cabe ao C-INI abordar, prioritariamente, os aspectos relativos aos temas de educação, saúde, serviços de governo, comércio eletrônico, novas tecnologias e os construtores da INI, interagir com entidades envolvidas na construção da INI e identificar barreiras que estejam dificultando o seu desenvolvimento no País” segundo o Termo de Referência do C-INI “Projeto 0i00”, de junho de 1999.

¹⁰ A revista Businessweek (Edição para a América Latina), de 24 de janeiro do corrente ano, indica a ameaça dos provedores de acesso gratuito no artigo “The High Cost of Free Internet Access: In the Battle for Brazil’s Netizens, Small Providers Will Loose Out”, pag. 20.

¹¹ 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.msdl.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

Provisionamento de acesso via conexão dedicada. Conexões dedicadas são canais (linhas de comunicação) reservados exclusivamente para o usuário. São também chamadas de linhas alugadas (“leased lines”) ou linhas privadas, em contraposição às linhas de uso genérico. Se um consumidor aluga uma linha telefônica adicional para ser usada somente para acesso à Internet, esta pode ser considerada uma linha dedicada. Entretanto, o mercado aqui analisado consiste na oferta de outros tipos de linhas de aluguel, como linhas T-3 e T-1, “Frame Relay” e ISDN, bastante caras e cujas finalidades são bastante específicas. São, em geral, demandadas por grandes usuários que necessitam de alta capacidade em suas redes e interligam locais de operação geograficamente distantes. Diferentemente de linhas para conexões discadas, as linhas privadas estão sempre ativas. É cobrada uma taxa fixa mensal pela conexão, que inclui a taxa do uso da linha privativa e a taxa cobrada pelo provedor pelo seus serviços, afetada primordialmente pela distância entre os pontos conectados e pela taxa de transmissão de dados. Por exemplo, um canal T-1 suporta velocidades de transmissão de dados de até 1,544 Mbps (a unidade mega bits por segundo indica a velocidade que os dados são transferidos de um ponto a outro). A utilização de linhas dedicadas tem aumentado por empresas e até por consumidores individuais quando o uso da Internet é intensivo, pois permitem taxas de transmissão de dados maiores e são, nesses casos, custo-eficientes.¹² O acesso por linhas dedicadas é significativamente mais caro e, na atualidade, não pode ser considerado substituto para o acesso discado.

Espaço para publicidade virtual (publicidade “online”). Em 1998, segundo os dados da Associação de Mídia Interativa (AMI), o mercado de publicidade virtual no Brasil foi estimado em US\$ 20 milhões ou R\$ 24.000.000,00¹³. Dados recentes na imprensa¹⁴ indicam que esse mercado atingiu R\$ 80.000.000,00 em 1999. Trata-se, portanto, de um mercado ainda pequeno. Mesmo nos Estados Unidos, onde o mercado de Internet encontra-se bastante evoluído, até grandes provedores de Internet encontram dificuldades em lucrar nesse segmento. Naquele país, o mercado de publicidade virtual soma cerca de US\$ 1,5 bilhão ou

acessavam a Internet quase que exclusivamente por linha discada. Essa tendência deverá ser seguida no Brasil em um período mais dilatado.

¹² Definições extraídas da página de referência sobre a Internet <http://www.pcwebopaedia.com/>.

¹³ Quotação de 31.12.98 US\$ 1,00 = R\$ 1,209. Fonte BACEN.

¹⁴ “Dados da Internet grátis são contestados: publicidade rende R\$ 80 milhões”, Folha de São Paulo, 08/02/00.

aproximadamente 1% da totalidade de seu mercado publicitário.¹⁵ É importante lembrar que os consumidores do espaço publicitário na Internet não são necessariamente os usuários finais, mas sim são empresas que buscam atingir consumidores sintonizados com avanços tecnológicos e que têm, geralmente, boa escolaridade. Firms que buscam visibilidade regional tendem a anunciar seus produtos em provedores locais. Por outro lado, empresas de alcance nacional tendem a concentrar seus anúncios em provedores com público mais extenso e com pontos de presença em diversas localidades do país.

Hospedagem de páginas virtuais (“home-pages”). Este mercado é fragmentado e altamente competitivo e se assemelha à estrutura dos outros mercados existentes na Internet. Segundo as requerentes, o faturamento representa uma parcela muito pequena do faturamento total. Em geral, as empresas oferecem três tipos de serviços de hospedagem: compartilhado, dedicado e co-alocado, para os quais a empresa pode ou não oferecer um domínio.¹⁶ Serviços de hospedagem compartilhados são os mais comuns, pois o usuário terceiriza praticamente todos os serviços requeridos por uma página virtual. A empresa, então, oferece a hospedagem, manutenção e monitoramento da página. O servidor (equipamento) no qual a informação é hospedada pode ser compartilhado com outros usuários, resultando em custos menores se comparado com o serviço dedicado ou serviços co-alocados. O usuário pode receber um domínio (por exemplo www.qualquer.com.br, dando a ele uma identidade única na rede) ou não. Neste último caso, é dado ao usuário um nome que está contido em outro domínio (por exemplo, www.qualquer.com.br/qualquer_usuario). No caso de serviço de hospedagem dedicado, o usuário também terceiriza os serviços como no compartilhado. Entretanto, o servidor não é compartilhado, mas somente utilizado pela empresa em questão. Os custos são bem mais altos para o usuário, que se trata, em geral, de uma grande empresa. Na grande maioria desses casos, o usuário também elege um domínio. Por fim, nos serviços de co-alocação, o usuário mantém e monitora sua informação. O usuário possui seu próprio servidor no qual a página é hospedada, mas usa as dependências da empresa de hospedagem para situar o servidor. Este serviço tende a

¹⁵ Segundo o “The Internet Data Service Report” (<http://www.msdc.com/techresearch/inetdata/index.html>), a receita provinda da publicidade virtual para o ano de 1999, por assinante, seria de US\$ 1/mês nas grandes empresas e menos que isso nas menores nos Estados Unidos.

¹⁶ Domínio “é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na Internet. O nome de domínio foi concebido com o objetivo de facilitar a memorização dos endereços de computadores na Internet. Sem ele, teríamos que memorizar uma sequência grande de números”. Informações extraídas da página da Fapesp na Internet (<http://registro.br/faq/faq1.html#1>), que no Brasil oferece os serviços de registro, manutenção e publicação de domínios na Internet sob o domínio .br, a empresas, instituições e pessoas legalmente estabelecidas no país.

ser mais caro que o serviço compartilhado, sendo raros os usuários deste tipo de serviço que não possuem seu próprio domínio.

Fornecimento de dados sobre vestibular. Este serviço possui o nome de “Fera on Line” e consiste em uma página na Internet com informações sobre vestibular – provas passadas, exercícios, informações sobre inscrições etc.- a qual a empresa PITACO cobra R\$ 6,00 por mês de acesso a qualquer interessado. Em maio de 1999, chegou ao máximo de 139 clientes. Em março de 2000, tinha 117 clientes.

Transmissão de rádio pela Internet. A PITACO fornece à pessoas jurídicas o serviço de transmissão de rádio via Internet. A empresa informou que até a data da operação possuía somente um cliente.

Hospedagem de banco de dados. Este serviço constitui no aluguel do espaço em disco no servidor da PITACO, e este compromete-se em garantir a integridade física do banco de dados. A PITACO oferta dois tipos de hospedagem de bancos de dados, de base SQL e de tipo ODBS.

Serviço Multimídia. A PITACO oferece esse serviço em parceria com uma empresa de software e possui o nome de “Linha Livre”. Esse serviço possibilita ao “internauta”¹⁷ ser avisado e atender chamadas telefônicas, através de placa multimídia e fone, pelo computador ao mesmo tempo que estiver conectado à Internet. O toque do telefone é desviado para o provedor de acesso e, este, reenvia o sinal para o computador do internauta. A empresa conta com 228 clientes e cobra R\$ 6,00 por mês pelo serviço.

Devido às razões explicitadas anteriormente, serão considerados mercados relevantes do produto para efeito dessa análise os mercados de:

1. serviço de provimento de acesso à Internet via conexão discada;
2. serviço de provimento de acesso à Internet via conexão dedicada; e
3. espaço para publicidade virtual;

¹⁷ Usuário de Internet.

4. serviço de hospedagem de página;
5. serviço de fornecimento de dados sobre vestibular;
6. serviço de transmissão de rádio pela Internet;
7. serviço de hospedagem de banco de dados; e
8. serviço multimídia.

3.2 Dimensão geográfica

3.2.1 Serviço de provimento de acesso à Internet via conexão discada

Quanto ao mercado relevante do produto 1, embora seja notável o aumento do número de empresas provedoras de acesso de porte nacional, estas têm tido como política estabelecer filiais e/ou franquias regionais, ou ainda instalar pontos de presença (“popserver”) a fim de operarem localmente. O preço final pago pelo consumidor depende do valor da assinatura do serviço e da tarifa telefônica paga, que é o que diferencia o provedor localizado na cidade do usuário dos demais.¹⁸

Os preços das assinaturas de provedores locais e de alcance nacional são semelhantes, o que faz com que seja a tarifa telefônica a diferenciar os preços finais do serviço. A título de ilustração e a fim de realçar a definição do mercado local para o provimento de acesso, as tabelas a seguir apresentam as tarifas da empresa concessionária de telefonia – TELEMAR - nas cidades de Recife e João Pessoa, nos estados de Pernambuco e Paraíba, onde opera a empresa PITACO.

Tabela 6
Valor (R\$) com impostos de chamadas telefônicas de telefone Fixo para Fixo
Serviço Local - PERNAMBUCO

Valor do Pulso Telefônico	R\$ 0,09279
----------------------------------	-------------

Fonte: <http://www.telemar.com.br/tarifas/FixoFixo.asp?SiglaDAUF=PE/>

As chamadas locais podem ser tarifadas por Medição Simples, por Medição por Tempo ou por ambas, dependendo do dia e do horário de sua realização. O método Simples consiste na aplicação de apenas um pulso por chamada independentemente de sua duração, este método é aplicado no seguintes dias e horários: de segunda à sexta-feira, de 00:00 h às 06:00 h; aos sábados de 00:00 h às 06:00 e das 14:00 às 24:00 h; e aos domingos e feriados, de 00:00 h às 24:00 h. Nos demais horários é aplicada a tarifação por Medição por Tempo, no método Karlsson Acrscido –KA 240. Este método consiste na aplicação de um pulso por chamada estabelecida e pulsos adicionais a cada 240 segundos.

¹⁸ O provedor Universo Online (UOL), por exemplo, cobra R\$ 35,00 por acesso ilimitado/mês, com suporte técnico e R\$ 19,95 pelo mesmo serviço sem suporte técnico.

Tabela 7
Valores (R\$) com impostos de chamadas telefônicas - tarifas básicas
Em PERNAMBUCO

Tarifação de chamada por minuto(R\$)				
Degrau	Horário			
	Normal	Diferenciada	Reduzida	Super Reduzida
DC	0,03809	0,07621	0,01903	0,00951
D1 – até 50 km	0,10288	0,20580	0,05143	0,02570
D2 – acima de 50 até 100 km	0,17149	0,34301	0,08574	0,04287
D3 – acima de 100 até 300 km	0,23297	0,44245	0,11648	0,05823
D4 – acima de 300 km	0,31063	0,44747	0,15530	0,07764

Fonte: <http://www.telemar.com.br/tarifas/FixoFixo.asp?SiglaDAUF=PE/>

De acordo com a Portaria 297, de 29.11.95, do Ministério das Comunicações, tem-se: Super-reduzido: de 00:00 às 6:00 h de todos os dias da semana; Reduzido: de 6:00 a 7:00 h e de 21:00 às 24:00 h de todos os dias da semana, de 14:00 às 21:00 h de sábado e de 6:00 às 24:00 de domingo; Normal: de 7:00 às 9:00, 12 às 14:00 e 18:00 às 21:00 de segunda à sexta, de 7:00 às 14:00 de sábado.

Tabela 8
Valor (R\$) com impostos de chamadas telefônicas de telefone Fixo para Fixo
Serviço Local - PARAÍBA

Valor do Pulso Telefônico	R\$ 0,09073
----------------------------------	-------------

Fonte: <http://www.telemar.com.br/tarifas/FixoFixo.asp?SiglaDAUF=PB/>

As chamadas locais podem ser tarifadas por Medição Simples, por Medição por Tempo ou por ambas, dependendo do dia e do horário de sua realização. O método Simples consiste na aplicação de apenas um pulso por chamada independentemente de sua duração, este método é aplicado no seguintes dias e horários: de segunda à sexta-feira, de 00:00 h às 06:00 h; aos sábados de 00:00 h às 06:00 e das 14:00 às 24:00 h; e aos domingos e feriados, de 00:00 h às 24:00 h. Nos demais horários é aplicada a tarifação por Medição por Tempo, no método Karlsson Acrescido –KA 240. Este método consiste na aplicação de um pulso por chamada estabelecida e pulsos adicionais a cada 240 segundos.

Tabela 9
Valores (R\$) com impostos de chamadas telefônicas - tarifas básicas
Na PARAÍBA

Tarifação de chamada por minuto(R\$)				
Degrau	Horário			
	Normal	Diferenciada	Reduzida	Super Reduzida
DC	0,03809	0,07621	0,01903	0,00951
D1 – até 50 km	0,10288	0,20580	0,05143	0,02570
D2 – acima de 50 até 100 km	0,17149	0,34301	0,08574	0,04287
D3 – acima de 100 até 300 km	0,22720	0,35426	0,11359	0,05679
D4 – acima de 300 km	0,30295	0,44709	0,15147	0,07572

Fonte: <http://www.telemar.com.br/tarifas/FixoFixo.asp?SiglaDAUF=PB/>

De acordo com a Portaria 297, de 29.11.95, do Ministério das Comunicações, tem-se: Super-reduzido: de 00:00 às 6:00 h de todos os dias da semana; Reduzido: de 6:00 a 7:00 h e de 21:00 às 24:00 h de todos os dias da semana, de 14:00 às 21:00 h de sábado e de 6:00 às 24:00 de domingo; Normal: de 7:00 às 9:00, 12 às 14:00 e 18:00 às 21:00 de segunda à sexta, de 7:00 às 14:00 de sábado.

Dentro das cidades de Recife e de João Pessoa, onde opera a PITACO, as chamadas telefônicas dos assinantes são locais. Observa-se, por exemplo, que uma pessoa ao acessar a Internet todos os dias do mês (30 dias), por 30 minutos, através de um provedor local, em horário de tarifa reduzida, pagará , em Recife, R\$ 16,52 e em João Pessoa R\$ 16,15. Enquanto que ao acessar a Internet por provedor localizado na área D1 (até 50 km), pelo mesmo período e pelo mesmo intervalo de tempo, também em horário de tarifa reduzida, pagará R\$ 43,20. Presumindo que o valor da assinatura seja de R\$ 35,00, o consumidor utilizando um provedor

local terá um custo de R\$ 51,52 em Recife e R\$51,15 em João Pessoa, e se optar pelo localizado no D1 o custo será acrescido em aproximadamente 52,88 %, ou seja, ele pagará R\$ 78,20. Como se pode observar, o custo para se acessar um provedor situado em outra localidade é significativamente mais elevado, o que faz com que cada um desses dois municípios seja considerado mercado relevante geográfico distintos.

3.2.2 Serviço de provimento de acesso à Internet via conexão dedicada

Quanto ao mercado relevante do produto 2, o consumidor desse serviço (em geral empresa) irá pagar duas taxas fixas mensais, uma ao provedor de acesso e outra à telefônica (no caso TELEMAR, EMBRATEL etc.) pelo uso da linha privativa. Essas taxas fixas mensais irão ser afetadas por variáveis técnicas, como por exemplo a velocidade de transmissão de dados e o número de usuários na rede.

O que diferencia o provedor local do provedor de outra cidade é a taxa paga para a telefônica local pelo uso da Linha Privativa (LP). Se o consumidor do serviço de IP dedicado e o seu provedor não estiverem localizados na mesma área de tarifação¹⁹, o valor cobrado do serviço pelo uso da LP será estabelecido por distâncias geodésicas, definidas como Degraus e fixado com base no Degrau 8 (D8).²⁰ O valor será mais alto quanto maior for a distância entre o consumidor e o provedor de acesso a Internet²¹.

Dentro das cidades de Recife e João Pessoa, onde operava a PITACO, o preço cobrado pela telefônica equivale à tarifa local. O custo para se acessar um provedor situado em outra localidade é significativamente mais elevado, o que faz com que cada um desses municípios seja considerado mercado relevante distinto.

3.2.3 Espaço para publicidade virtual

É importante ressaltar que a delimitação do mercado geográfico do produto “espaço para publicidade virtual” não é simples pelo fato de que pessoas de qualquer parte do Brasil e do

¹⁹ Na mesma área de tarifação, o valor cobrado corresponde à de Tarifa Básica.

²⁰ Norma n.º15/95 do Ministério das Comunicações. As distâncias geodésicas definidas como Degraus segue na seguinte forma: D1 = até 50 km; D2 = > 50 até 100; D3 = > 100 até 200; D4 = > 200 até 300; D5 = > 300 até 500; D6 = > 500 até 700; D7 => 700 até 1000; D8 =>1000.

mundo são capazes de consumi-lo, estando ele localizado em qualquer lugar. Porém, observa-se que, em geral, os consumidores constituem firmas regionais ou locais que buscam visibilidade regional ou local e, assim, tendem a anunciar seus produtos em provedores locais; e empresas de alcance nacional que tendem a concentrar seus anúncios em provedores com público mais extenso e com pontos de presença em diversas localidades do país. Não descartando o fato de que esse produto detém abrangência nacional e observando que a PITACO somente o ofertava nas cidades de Recife e João Pessoa, neste parecer será considerado que o mercado relevante geográfico do espaço para publicidade virtual é local, ou seja, as respectivas cidades.

3.2.4 Os outros mercados relevantes do produto

Quanto aos mercados relevantes do produto 4, 5, 6 e 7 verificou-se que é possível, aos consumidores desses serviços, demandá-los estando seu ofertante localizado em qualquer lugar do país. Portanto, o mercado relevante geográfico para esses serviços será considerado como nacional.

Quanto ao mercado relevante do produto 8, tem-se que os consumidores do serviço de multimídia constituem, necessariamente, os consumidores do serviço de provimento de acesso à Internet do provedor PITACO. Assim, o mercado relevante geográfico desse serviço será as cidades onde a empresa oferta o serviço de provimento, portanto, Recife e João Pessoa.

Em suma, tem-se:

Mercados de Produto	Mercado Geográfico
1. serviço de provimento de acesso à Internet via linha telefônica	Recife
	João Pessoa
2. serviço de provimento de acesso à Internet via conexão dedicada	Recife
	João Pessoa
3. espaço para publicidade virtual	Recife
	João Pessoa
4. serviço de hospedagem de página	Nacional
5. serviço de fornecimento de informações sobre vestibular	Nacional
6. serviço de transmissão de rádio pela Internet	Nacional
7. serviço de hospedagem de banco de dados	Nacional
8. serviço multimídia	Recife
	João Pessoa

²¹ A título de ilustração, consultar o Parecer da SEAE n.º 228/00 do Ato de Concentração n.º 08012.000064/00-66, página 12.

4. Considerações sobre a natureza da operação

Conforme o exposto acima, a PSINET não atuava nos mercados de espaço para publicidade virtual, provimento de acesso à Internet via linha telefônica e via conexão dedicada nas cidades de Recife e João Pessoa, nos estados de Pernambuco e Paraíba respectivamente, antes da presente operação. A empresa também não atuava nos mercados de serviço de fornecimento de informações sobre vestibular; serviço de transmissão de rádio pela Internet; serviço de hospedagem de banco de dados e serviço multimídia no Brasil. Assim, nesses mercados relevantes não se verifica concentração horizontal e, tampouco, observa-se integração vertical.

No que se refere ao mercado de serviço de hospedagem de página, a operação acarretou concentração horizontal, pois a adquirente PSINET, antes da operação, já atuava nesse mercado. Observa-se, porém, que no país encontram-se cerca de 250 provedores²² e, somando a isso, verifica-se que não é necessário ser provedor para ofertar esses serviços. Trata-se de mercado bastante pulverizado, de modo que a concentração não acarreta problemas concorrenciais.

5. Recomendação

Diante do exposto, sugere-se a aprovação do ato em questão.

À consideração superior.

Isabela Orzil Cançado de Amorim
Assistente Técnica

Maurício Estellita Lins Costa
Coordenador-Geral de Serviços Públicos e Infra-estrutura, Substituto

De acordo.

²² OLIVEIRA, Tadeu. *Cai 79% o número de provedores*. Yankee Group. Rio de Janeiro, 16 de junho de 2000.

Paulo Corrêa
Secretário - Adjunto

Claudio Monteiro Considera
Secretário de Acompanhamento Econômico