



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer Técnico n^o COBED/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, de novembro de 2000.

Referência: Ofício MJ/SDE/GAB n^o 3435/00, de 23 de junho de 2000.

Assunto: Consulta SDE n^o 08012.001677/2000-46.

Requerentes: Donnelley-Cochrane Gráfica Editora do Brasil Ltda. e Gráfica Círculo Ltda.

Operação: Aquisição, pela Donnelley-Cochrane, de controle societário da Gráfica Círculo, no segmento de impressão editorial.

Recomendação: Aprovação sem restrições.

Versão: Pública

A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça solicita à SEAE, nos termos Art. 54, da Lei n^o 8884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas DONNELLEY-COCHRANE GRÁFICA EDITORA DO BRASIL LTDA. e GRÁFICA CÍRCULO LTDA.

“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.”

I. DAS REQUERENTES

I.I - Donnelley-Cochrane Gráfica Editora do Brasil Ltda.

A Donnelley-Cochrane Gráfica Editora do Brasil Ltda. (Donnelley), é uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, de origem norte-americana. Possui sede na Cidade de São Paulo e pertence ao Grupo RRDonnelley & Sons. É controlada (99,99%) pela empresa Editorial Lord Cochrane S/A.

Atua no segmento de impressão e encadernação de livros, revistas, catálogos e listas telefônicas e, na Argentina, como distribuidora de revistas.

As demais empresas componentes do Grupo, com atuação no Brasil e Mercosul são: Globo – Cochrane Gráfica Ltda. (acionista minoritário, detendo 19,2% do capital e não participando da direção dos negócios) e Donnelley – Cochrane Argentina S/A.

No Brasil o Grupo realizou a aquisição, em maio de 1999, da empresa Hamburg Gráfica Editora Ltda., e, no Mercosul a aquisição de 50% das ações da Atlandida Cochrane S/A, passando a deter 100% do controle acionário dessa empresa.

O faturamento da empresa, em 1999, no Brasil foi de US\$14.498.000,00 (R\$ 26.313.870,00)¹; do Grupo no Mercosul de US\$33.630.000 (R\$61.038.450,00) e, do Grupo no Mundo de US\$5.138.408.000 (R\$9.326.210.520,00).

I.II – Gráfica Círculo Ltda.

A Gráfica Círculo Ltda. (Gráfica), sociedade por quotas de responsabilidade limitada, de origem brasileira, tem sede também no Estado de São Paulo. Essa empresa foi constituída, em 30/09/1999, para a efetivação da operação em análise e, até a presente data, não possui atividades. Entretanto, o seu principal setor de atividades será no segmento de impressão e encadernação de livros.

A Gráfica é controlada (99,00%) pela sociedade anônima Comunicações, Lazer, Cultura S/A (CLC) e pela Círculo do Livro Ltda. (1,00%).

As demais empresas componentes do Grupo são: Armazenagem Frigorificada e Agroindústria Ltda. (CEFRI); Círculo do Livro Ltda.; Embalarte – Industrial e Comercial Ltda.; Nova Cidade Empreendimentos e Participações Ltda.; Novapark – Locações e Serviços S/C Ltda.; e, Quatro Rodas Empreendimentos Turísticos Ltda.

¹ *Taxa de câmbio média anual para compra em 1999 = 1,815, utilizada para a conversão de todos os valores referentes a faturamento do ano de 1999. Fonte: BACEN.

O faturamento da empresa, em 1999, referente à divisão de impressão de livros do Grupo Círculo que será transferido à Gráfica, foi de R\$33.000.000,00 (US\$18.181.818,18)²; do Grupo no Mercosul de R\$ 29.083,00 (US\$16.023,69) e, do Grupo no Brasil de R\$105.113.000,00 (US\$57.913.498,62).

Cabe salientar que, no mês de julho, todos os ativos da empresa Círculo do Livro Ltda., relacionados à impressão de livros serão transferidos à empresa Gráfica. Ainda, a Comunicações, Lazer, Cultura S/A (CLC) pretende focar seus negócios apenas no mercado de edição, no qual já atua.

I.III – Comunicações, Lazer, Cultura S/A

Conforme acima citado, a empresa Comunicações, Lazer, Cultura S/A (CLC) possui 99,00% da empresa objeto da operação. A CLC possui sede na cidade de São Paulo e tem como principal ramo de atividades o editorial, armazenagem frigorificada, produção e comercialização de produtos alimentícios de origem não animal, embalagens, gráfica, administração de estacionamento, desenvolvimento imóvel próprio destinado a empreendimento imobiliário e exploração de estacionamento, shopping center (locações).

I.IV – Círculo do Livro Ltda.

A empresa Círculo do Livro Ltda. (CDL), que detém os demais 0,01% da empresa objeto da operação, é uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, com sede no Estado de São Paulo. Atua no segmento de prestação de serviço de impressão e encadernação de livros, fascículos e outros produtos impressos.

II. DA OPERAÇÃO

Trata-se de uma aquisição de controle societário em âmbito nacional. A Donnelley – Cocharane Gráfica Editora do Brasil Ltda. adquiriu, em 29/05/2000 e formalizado através de “Contrato de Compra e Venda de Quotas”, as quotas que correspondem a 100,00% do capital social da empresa Gráfica Círculo Ltda., pertencentes à Círculo do Livro Ltda. e a Comunicação, Lazer, Cultura S/A (CLC).

Inicialmente, para realização da operação, a Círculo do Livro Ltda. (CDL) transferirá a sua operação gráfica à Gráfica Círculo Ltda. (Gráfica), por meio de conferência de bens para

Refere-se ao faturamento da divisão de impressão de livros do Grupo que será transferido à Gráfica.

aumento de capital e, após a efetivação dessa etapa, cederá a totalidade das quotas da Gráfica à Donnelley – Cochrane Gráfica Editora do Brasil Ltda.

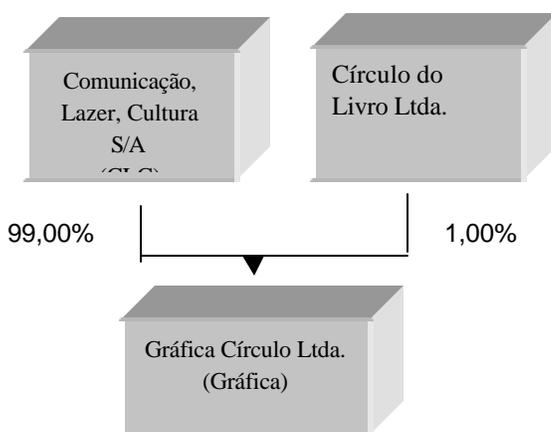
O valor total da operação é de R\$ 12.600.000,00 (US\$6.855.277,48)³, a ser pago conforme termos e condições estabelecidas na Cláusula 5^a do referido contrato.

A presente operação é submetida aos Órgãos integrantes do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência por força do faturamento dos Grupos.

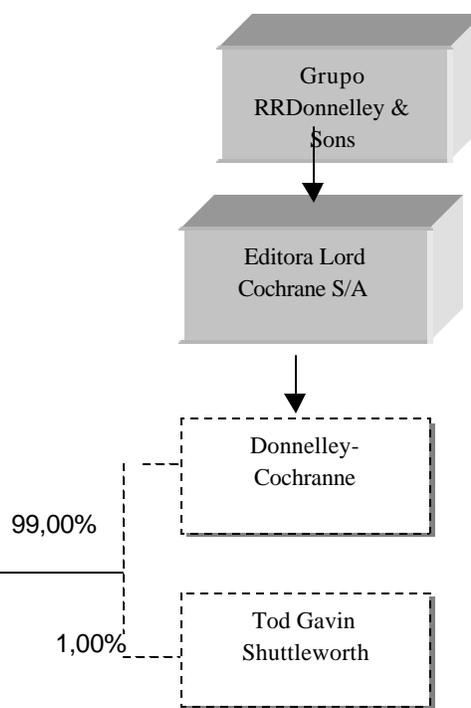
Abaixo, podemos verificar, resumidamente, as etapas antes e após a operação:

OPERAÇÃO

1-Antes da operação



2- Após a operação



III - DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

III.I - Dimensão Produto

O Quadro I, abaixo, apresenta a relação de produtos ofertados pelas requerentes no mercado brasileiro.

Quadro I

³. Taxa de câmbio para compra em 29/05/2000 = 1,8388, utilizada para a conversão do valor referente a operação. Fonte: BACEN.

Serviços de Impressão Ofertados pelos Grupos no segmento Gráfico no Brasil

PRODUTOS	GRUPO DONNELLEY	GRUPO CLC (<i>Grafica Circulo</i>)
LIVROS	X	X
CATÁLOGOS DE ARTE	X	X
REVISTAS	X	X
CATÁLOGOS DE PRODUTOS	X	X
POSTERS e FOLHETOS	X	X
CARTAZES/DISPLAYS	X	X
LISTAS TELEFÔNICAS	X	
MALA DIRETA	X	
ENCARTES FINANCEIROS	X	
SERVIÇOS ON-LINE e COMÉRCIO ELETRÔNICO (Construção e desenvolvimento de sites p/ e-commerce. Suporte e soluções p/ negócios baseados na Internet.	X	

Fonte: Requerentes

Conforme pode ser observado no Quadro I acima, os produtos comuns entre as empresas Requerentes são: (i) *livros*; (ii) *catálogos de arte*; (iii) *revistas*; (iv) *catálogo de produtos*; (v) *posters e folhetos*; e, (vi) *cartazes/displays*.

Cabe inicialmente ressaltar que as Requerentes não comercializam ou ofertam os produtos acima, são gráficas e, portanto, prestadoras de serviços gráficos. Os produtos impressos se caracterizam em:

- **i) Livros** – são publicações impressas e não periódicas. O conteúdo do livro pode ser o mais diverso, desde textos literários até científicos e culturais. Conforme o tipo de encadernação, que é feito conforme solicitação da editora, os livros podem se apresentar em: *i) brochuras* (capas mole), confeccionadas em cartolina; *ii) capas duras*, feitas de papelão e podem ser revestidos de papel, couro, vinil, etc.; ou, *iii) flexíveis*, também utilizam cartolina, só que debruada, isto é, com as extremidades dobradas e coladas numa folha do miolo. Todas essas capas têm a mesma utilidade. Ainda, podem possuir suas páginas unidas por costura ou cola; terem outros tipos de acabamentos; utilizarem-se de papéis vários para a impressão, entre outros;
- **ii) Catálogos de Arte** – são publicações onde se apresentam diversos produtos ou serviços. Destinam-se a potencial público consumidor de tais produtos ou serviços. No caso dos catálogos de arte, os produtos apresentados são objetos de arte, tais como pinturas, esculturas, antigüidades, etc. Por se tratar de produtos, geralmente, de alto valor e destinarem-se a público seletivo, os catálogos de arte exigem papel de impressão de maior qualidade, bem como impressão de alta qualidade e definição, sobretudo, para permitir ao destinatário do catálogo analisar visualmente o produto ofertado;
- **iii) “Posters e folhetos”**- *i) os “posters”* são impressos, normalmente, contendo fotografias ou reproduções de quadros e podem ter fins publicitários, decorativos, educativos ou culturais. Habitualmente, têm apenas uma única folha; e, *ii) o folheto* é uma publicação impressa, não periódica, com mais de 5 e menos de 48 páginas e, normalmente, possuem destinação publicitária;

- **iv) Cartazes e “display”**- *i) cartaz* é uma publicação impressa, não periódica, contendo, sobretudo, textos escritos; *ii) “display”* é semelhante aos cartazes, contêm textos escritos e fotografias e fins principalmente publicitários.

Embora exista relativa flexibilidade para as gráficas alterarem sua produção, sobretudo por uma questão mercadológica, algumas empresas preferem especializar-se na oferta de serviços gráficos para tais ou quais produtos. Assim sendo, enquanto a Donnelley oferta uma gama maior de serviços de impressão, inclusive livros, a Gráfica especializou-se na impressão de livros.

O que permite a uma empresa dedicar-se à impressão dos diversos produtos citados acima é a capacidade de suas impressoras, ou seja, a capacidade de tais máquinas de produzirem impressões coloridas, com qualidade e diversificação. Assim sendo, um complexo de impressão tecnicamente com maior sofisticação permite a impressão de toda a gama de produtos. Portanto, caso uma gráfica tenha uma boa aparelhagem de impressão e acabamento, estará apta a ofertar serviços de impressão de todos esses produtos, conseqüentemente, pode-se afirmar que existe relativa flexibilidade para as gráficas alterarem sua produção. Dessa forma, a gráfica Círculo pode imprimir qualquer um dos produtos citados.

Sob o ponto de vista da demanda, os clientes que se utilizam dos serviços das gráficas se dividem entre grandes editoras, que possuem alto poder de barganha, podendo-se citar, dentre outras, a Folha da Manhã (jornais “Folha de S. Paulo” e “Folha da Tarde, a Editora Saraiva, Editora Moderna, Editora Ática; e pequenas editoras, que atuam em nichos de mercado.

O consumidor de um serviço gráfico, portanto, é a editora, e dessa forma, o produto não pertence à gráfica. A substituição não se dá em termos de produto e sim pela troca de prestador de serviços pois, o cliente (editora), está preocupado com a confiabilidade do serviço da gráfica, tanto do produto intrínscico (fidelidade às cores requeridas, adequação do tamanho, acabamento) quanto ao composto do produto (flexibilidade da produção, pontualidade de entrega, atendimento ao cliente, tecnologia adequada e preço acessível).

Pelo exposto, o mercado relevante da operação é o de prestação de serviços de impressão editorial.

Cabe, ainda, esclarecer o que vem a ser o serviço de editoração. Inicialmente, o serviço de editoração pode ser dividido em três etapas: *i) pré-impressão; ii) impressão; e, iii) acabamento.*

A pré-impressão consiste no trabalho de, uma vez de posse do fotolito, montar a publicação em suas páginas, capítulos, etc, e na cópia desta montagem na chapa de impressão; a impressão consiste na própria impressão da publicação, não havendo grandes variações nessa fase da produção, a não ser no tocante à qualidade do material a ser utilizado; e, finalmente, é realizado o acabamento da publicação que irá variar conforme o tipo de publicação que se está encomendando. Nesse caso, podemos citar como exemplo, um livro em que o acabamento pode ser a montagem do livro e colagem de páginas e capa.

Em relação aos serviços de editoração, é comum a encomenda de toda a cadeia produtiva, sendo rara a contratação de parte dos serviços e, nesse caso, pode haver a contratação de parte dos serviços da gráfica, como exemplo, um determinado cliente encomenda a produção do miolo do livro, ficando a capa a cargo de um terceiro.

III.II - DIMENSÃO GEOGRÁFICA

O mercado consumidor dos produtos gráficos é formado por editoras, sendo a relação existente entre a indústria editorial e a gráfica a de prestação de serviços gráficos e não produtos resultantes de tais serviços, ou seja, elas apenas vendem o serviço de impressão e acabamento. Tecnicamente, não há limites geográficos para a comercialização dos serviços gráficos ofertados. Os clientes, geralmente, buscam a gráfica mais próxima para que o atendimento possa ser mais rápido, entretanto, nada impede que a demanda seja atendida por empresas localizadas no exterior. A própria Donnelley, diante da demanda de um grande cliente e não tendo capacidade para atender sozinha, no prazo requerido, utilizou-se de gráfica localizada no Chile. Não obstante, não é comum a utilização do mercado internacional.

Acrescente-se que há uma forte concorrência no mercado de impressão da indústria gráfica em que o produto – livro, revista ou periódico - é da editora e a gráfica lhe fornece um serviço de impressão e acabamento levando em consideração a qualidade, preço e prazo. Qualquer desequilíbrio nessa equação faz com que a editora procure outras alternativas de fornecimento no mercado nacional. Ressalte-se que entraram nesse mercado, nos últimos 5 (cinco) anos as seguintes empresas: Posigraf, Grande ABC, Ediouro, Geo-Gráfica, Bookpress, Pallas Atenas, Sociedade Vida e Consciência, Markgraf, Serrana, Sermograf.

Conforme demonstra a tabela abaixo, as importações de serviços gráficos, se comparadas com o faturamento total do setor, tendo em vista a valorização da moeda brasileira e conseqüentemente o barateamento das importações em relação aos preços domésticos, atingiram o pico em 1997. Entretanto, perderam competitividade e, atualmente, encontram-se em 5%.

QUADRO II

Tabela de Serviços Gráficos
(US\$ bilhões)

ANOS	FATURAMENTO	IMPORTAÇÃO	Importação/Fat. (%)
1990	4,8	0,09	2
1991	5,0	0,10	2
1992	4,5	0,08	2
1993	4,8	0,09	2
1994	5,3	0,11	2
1995	6,0	0,34	6
1996	5,9	0,43	7
1997	6,5	0,51	8
1998	6,4	0,43	7

1999	5,3	0,27	5
------	-----	------	---

Fonte: ABIGRAF

Portanto, identificamos o mercado geográfico relevante da operação como o território nacional.

IV - POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

IV.1 - Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes

Essa SEAE, insistentemente através de ofícios, procurou obter junto às Requerentes informações sobre a participação dessas no mercado relevante de prestação de serviços gráficos para impressão. Entretanto, somente após reunião nessa Secretaria é que as Requerentes entenderam a informação desejada e expressaram a dificuldade em fornecê-las, tendo em vista serem prestadoras de serviços e a falta de dados estatísticos nesse segmento. Dessa forma, foi apresentada a seguinte estimativa: (inicialmente apresentou dados somente de participação de livros).

QUADRO III

PARTICIPAÇÕES NO MERCADO NACIONAL DE IMPRESSÃO – 1997 a 1999 (ESTIMATIVA)

EMPRESAS (1)	Faturamento 1997		Faturamento 1998		Faturamento 1999 (6)		PART. APENAS LIVROS
	(em milhões R\$)	%	(em milhões R\$)	%	(em milhões R\$)	%	
GRUPO DONNELLEY (3)	21,1	0,9	22,5	0,8	26,2	0,8	4,7%
GRÁFICA CIRCULO	39,3	1,6	36,1	1,3	31,5	0,9	8,7%
SUBTOTAL	60,4	2,5	58,6	2,4	57,7	2,4	13,4%
Grafica e Editora Posigraf (2)	66,3	2,8	84,6	3,0	-	-	5,1
W. Roth AS Ind. Grafica	35,0	1,5	38,5	1,4	-	-	6,7
Bandeirantes Ind. Grafica	39,9	1,7	37,8	1,3	-	-	-
Pancrom Ind. Grafica	28,8	1,2	30,5	1,1	-	-	-
Padilla Ind. Graficas	24,1	1,0	28,9	1,0	-	-	-
Grande ABC Editora Grafica	23,3	1,0	26,0	0,9	-	-	-
Casa Publicadora Brasileira	20,4	0,8	21,4	0,8	-	-	-
Laborgraf Artes Graficas	19,0	0,8	18,0	0,6	-	-	-
Empreendimentos Sabe	13,1	0,5	16,6	0,6	-	-	-
Prol Editora Grafica (2)	-	-	16,1	0,6	-	-	10,1
Companhia Litographica Ypiranga	17,9	0,7	15,9	0,6	-	-	-
Grafica e Editora Aquarela	11,0	0,5	13,6	0,5	-	-	-

Takano Editora Grafica (2)	38,6	1,6	-	-	-	-	-
Graficos Bloch (2)	15,5	0,6	-	-	-	-	-
Gafica e Editora JB (2)	11,3	0,5	-	-	-	-	-
OUTROS	1.980,4	82,3	2.413,5	85,6	3.412,3	98,3	64,7%
TOTAL (5)	2.405,0	100,0	2.820,0	100,0	3.470,0	100,0	100,00
Editorial	1.530,0	63,6	1.830,0	64,9	2.290,0	66,0	
Promocional	875,0	36,4	990,0	35,1	1.180,0	34,0	

Fonte: as requerentes, segundo dados obtidos no Relatório Anual da ABIGRAF (Associação Brasileira da Indústria Gráfica) – “Ranking Econômico-Financeiro da Ind. Gráfica”

Observações:

- (1) Conforme disponibilizado no ranking de empresas do anuário ABIGRAF;
 - (2) Não informaram ao ranking de 1997 e 1998;
 - (3) Antiga Hamburg
 - (4) Inclui estimativa ABIGRAF das divisões gráficas de editoras com parque gráfico integrado, cuja separação não está disponibilizada. Ex. Abril, Saraiva, FTD, e outras.
Inclui serviços gráficos de gráficas religiosas que não fornecem informações ao ranking ABIGRAF.
Inclui serviços gráficos comerciais de gráficas estatais. Ex. IMESP
 - (5) Estimativa ABIGRAF
 - (6) O ranking com informações sobre o ano de 1999 será disponibilizado somente no final do ano.
- TOTAL: somatório dos itens Editorial e Promocional do informe ABIGRAF, assim considerados para comparar-se com os ranking.
Conceitos: Editorial: impressão de livros, revistas e fascículos (não inclui jornais)
Promocional: anuários, relatórios, calendários, catálogos folders, inserts, displays, etc.

O Quadro III acima informa a existência de outros concorrentes com parcelas maiores do mercado em análise e, com a operação em tela, a concentração de mercado das Requerentes no mercado de serviços de impressão editorial foi de 2,4%, muito aquém dos 20% determinados pelo atual Guia de Análise Econômica de Atos de Concentração dessa SEAE. Ainda, mesmo que fosse considerado apenas o mercado de livros, a participação dessas empresas seria, após a operação, de 13,4%, também inferior ao determinado pela atual legislação de defesa da concorrência.

V. Recomendação

A operação ora analisada gera uma pequena concentração horizontal que não traz riscos à concorrência no mercado nacional. Sendo assim, do ponto de vista estritamente econômico, a mesma é passível de aprovação.

À apreciação superior.

Márcia Margarete Fagundes
Técnica

Claudia Vidal Monnerat do Valle
Coordenadora Cobed

Cristiane Alkmin Junqueira Schmidt
Coordenadora Geral

De Acordo.

Paulo Corrêa
Secretário Adjunto

Cláudio Monteiro Considera
Secretário de Acompanhamento Econômico