



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
**Secretaria de Acompanhamento Econômico**  
Coordenação-Geral de Serviços e Comércio

Parecer n.º 13/ 01/ MF/ SEAE/ COGSE.

Brasília, 22 de Janeiro de 2001.

**Referência:** Ofício MJ/ SDE/ GAB n.º 5326/99, de 27 de outubro de 1999.

**Assunto:** Ato de Concentração n.º 08012.010080/99-33

**Requentes:** Nutec Informática S/A e Easyway Integradora de Sistemas Internet Ltda.

**Operação:** Incorporação da empresa EASYWAY INTEGRADORA DE SISTEMAS 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 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 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 EASYWAY INTEGRADORA DE SISTEMAS 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/Zaz incluem provimento de acesso à Internet e outros serviços de rede IP<sup>1</sup>, 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.

2. A Terra/Zaz 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 1998<sup>2</sup> 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 Mercosul<sup>3</sup> e **US\$ 20.335.000,00** (vinte milhões trezentos e trinta e cinco mil dólares) ou **R\$ 24.587.000,00** (vinte e quatro milhões quinhentos e oitenta e sete mil reais) no mundo<sup>4</sup>. Segundo informações das requerentes, no final 1998, a TERRA/ZAZ possuía 346.216 assinantes.

3. A Tabela 01 mostra a composição acionária atual da Terra /Zaz.

**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%
<b>Total</b>	<b>18.323.495</b>	<b>83.068</b>	<b>100%</b>

Fonte: Requerentes.

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

## I.2 – Adquirida

5. A Easyway Integradora de Sistemas Ltda. empresa brasileira com sede em Porto Alegre - RS atua 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\$ 1.648.440,0** (um milhão, seiscentos e quarenta e oito mil, quatrocentos e quarenta reais). A Easyway atua somente no Brasil, nas cidades de Porto Alegre, Santa Maria, Novo Hamburgo, São Leopoldo, Campo Bom e Belo Horizonte (por meio de um “*popserv*”). Segundo informações das requerentes, a empresa possuía 7.772 assinantes no final de 1998. A tabela 02 mostra a composição acionária da Easyway.

**Tabela 02**  
**Composição acionária Easyway Integradora de Sistemas S.A.**

Sócios	Quotas	Valor Quotas	Participação
Intercon Participações	5.000	R\$ 5.000,00	50 %

<sup>1</sup> Rede IP são estruturas, ou protocolos, de comunicação relacionadas a Internet. IP significa “Internet Protocol”.

<sup>2</sup> As Requerentes informam que o faturamento de 1999 ainda não está disponível.

<sup>3</sup> Somente Argentina.

<sup>4</sup> Cotação de 31.12.98, quando US\$ 1,00 = R\$ 1,2079

Societárias Ltda			
Paulo Roberto Lumertz	4.000	R\$ 4.000,00	40%
Easyway (tesouraria)	1.000	R\$ 1.000,00	10 %
<b>TOTAL</b>	<b>10.000</b>	<b>R\$ 10.000,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Requerentes

## II – DA OPERAÇÃO

6. A operação notificada consiste na incorporação pela Terra Networks Brasil S/A da carteira de clientes de acesso à Internet, os direitos de hospedagem de páginas WEB e de registro de domínio da Easyway, além dos equipamentos listados no anexo II do contrato particular de cessão de direitos contratuais, venda de equipamentos e outras avenças, instrumento utilizado pelas requerentes para a realização do negócio. A operação, que não foi apresentada a nenhuma outra agência antitruste, data de 31 de agosto de 1999 e teve o valor de R\$ - (confidencial).

## III – DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

### III.1 O Mercado Relevante de Produto

7. O mercado relevante deste processo operação é aquele em que atua a Easyway, qual seja: **1) provimento de acesso à Internet por linha discada.** A SEAE tem considerado, ainda, nos atos de concentração relativos à Internet, os seguintes mercado **2) provimento de acesso à Internet por conexão dedicada; 3) hospedagem e criação de páginas virtuais (“home-pages”); 4) espaço para publicidade virtual (publicidade “online”); e 5) comércio eletrônico (“e-commerce”).** Todavia, nesta operação apenas o mercado **01** será analisado visto que a empresa adquirida atua somente nele. A seguir, encontra-se uma breve discussão do mercados relevante mencionado.

8. Provimento de acesso à Internet via linha telefônica discada. Serviço definido como valor adicionado<sup>5</sup>, 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 presença<sup>6</sup>, pode ser considerado como o ponto mais próximo à espinha dorsal da Internet (“backbone”).<sup>7</sup> O acesso discado é a forma mais tradicional de provimento, em que o provedor de acesso adquire (ou aluga) de um provedor de backbone um canal para comunicação de dados

<sup>5</sup> 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”.

<sup>6</sup> 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 desses equipamentos para fornecer acesso em várias cidades.

<sup>7</sup> 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).

dedicado de alta capacidade e conecta o usuário por meio de uma linha telefônica comum.<sup>8</sup> Esse trecho de ligação entre o provedor de acesso e o usuário é chamado de “última milha”.

9. 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.<sup>9</sup> É importante lembrar que o valor da chamada telefônica ao provedor é pago pelo usuário à operadora de telecomunicações juntamente com o valor cobrado pelas chamadas normalmente utilizadas para comunicação de voz.

10. 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.<sup>10</sup> Ademais, sua própria caracterização como um mercado e conseqüente comparação é dificultada por não existir um preço associado ao fornecimento do serviço.

11. 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.<sup>11</sup> Nota-se que, seguindo uma tendência mundial, a participação de mercado deste segmento tem aumentado gradualmente, mas é ainda bastante reduzida no presente.<sup>12</sup> 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 um substituto perfeito ao mesmo, pois não está disponível em todas as áreas, tem preços

---

<sup>8</sup> 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 n.º 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”.

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> Não há estatísticas confiáveis quanto ao padrão de utilização do acesso gratuito.

<sup>11</sup> 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.

<sup>12</sup> 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.msdw.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 que exclusivamente por linha discada. Essa tendência deverá ser seguida no Brasil em um período mais dilatado.

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

12. Devido às razões explicitadas, será considerado para efeito de análise somente o mercado de provimento de acesso à Internet via linha telefônica discada. A metodologia da SEAE definiu esse mercado como de base **local**. 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 geodésica<sup>13</sup>), a tarifa telefônica cobrada é local.

13. 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 presença<sup>14</sup> ou aquisição de infra-estrutura de telefonia da empresa de telecomunicações local, a fim de que seus usuários possam pagar tarifas locais. Portanto, o mercado geográfico da operação são as cidade em que atuam a Easyway.

14. A título de ilustração, para ressaltar a diferença entre acessar um provedor localmente e acessar um provedor localizado em outra região, seguem as tarifas da empresa concessionária de telefonia no Estado do Rio Grande do Sul, a Companhia Riograndense de Telecomunicações - CRT. A tabela 03 diz respeito ao pulso, e a tabela 04 refere-se aos degraus tarifários da ligações interurbanas. O custo da ligação para o consumidor é a soma do pulso, acrescido do degrau tarifários.

**Tabela 03**

VALOR PULSO	
0,09924 (R\$)	Vigência: 22/06/00
OBS: Valores com impostos	

Fonte: Companhia Riograndense de Telecomunicações

**Tabela 04**

SERVIÇO DE LONGA DISTÂNCIA NACIONAL CHAMADAS ORIGINADAS NO RS, EXCETO LOCALIDADES ATENDIDAS PELA CTMR E DESTINADAS PARA REGIÃO II (Valores por Minuto) Vigência – 22/06/00				
DEGRAUS	SUPER REDUZIDO	REDUZIDO	NORMAL	DIFERENCIADO
Degrau Conurbado	0,00993	0,01988	0,03980	0,07962
Degrau 1 (de 0 a 50 km)	0,02570	0,05143	0,10288	0,20580
Degrau 2 (de 51 a 100 km)	0,04287	0,08574	0,17149	0,30833
Degrau 3 (de 101 km)	0,06430	0,12861	0,25725	0,34737

<sup>13</sup> 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 determinados pela entidade solicitante (Norma n.º 30/96, aprovada pela Portaria do Ministério da Comunicações n.º 2506 de 20 de dezembro 1996).

<sup>14</sup> Ver nota n.º 10.

Degrau 4 (mais de 300 km)	0,08574	0,17149	0,30833	0,37841
<b>OBS: Valores com impostos</b>				
Obs. 1- Tarifação: Mínimo 1 (um) minuto.				
Obs. 2- Após 1 minuto a tarifação é feita a cada décimo de minuto.				
Obs. 3- Estes valores são os praticados pela CRT entre telefones fixos, dentro da Região 2 (Acre, Rondônia, Mato Grosso, Tocantins, Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul) e cidades atendidas pela CTMR (Pelotas, Capão do Leão, Morro Redondo, Turuçu e Arroio do Padre).				

Fonte: Companhia Riograndense de Telecomunicações

15. Conforme os quadros acima, quando a chamada não é local ou a condição de instalar um ponto de presença local não é satisfeita, o custo para se acessar um provedor situado em outra localidade é mais elevado, e a assinatura do serviço de provimento pode deixar de ser vantajosa para o consumidor. Assim, um usuário de Internet que faça uma ligação para um provedor estabelecido acima do primeiro de grau tarifário pagará mais.

#### IV – POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

16. A Easyway empresa adquirida, atua nas cidades de Porto Alegre, Novo Hamburgo, Santa Maria, São Leopoldo, Campo Bom e Belo Horizonte (por meio de um “popserver”). Em Belo Horizonte, a participação de mercado, segundo as requerentes, é bastante reduzida<sup>15</sup> e em Campo Belo, até a data da aquisição da Easyway, a Terra/Zaz não estava presente diretamente na cidade, sua atuação dava-se a partir de Novo Hamburgo devido a proximidade entre as duas cidades, além do mais, sua participação de mercado, segundo as requerentes, também era reduzida. Antes da aquisição da Easyway, a Terra detinha 30% do mercado de Novo Hamburgo, 30% em São Leopoldo, 43,9% em Santa Maria e 48,6% em Porto Alegre. Com o acréscimo dos assinantes da Easyway nessas quatro cidades, (5% em Novo Hamburgo, 25% em São Leopoldo, 5,5% em Santa Maria e 3% em Porto Alegre), a participação de mercado da Terra elevou-se para 35% em Novo Hamburgo, 55% em São Leopoldo, 49,4% em Santa Maria e 51,6% em Porto Alegre. Ainda segundo as requerentes, as principais concorrentes da Terra na época da informação (dezembro de 1999) eram: Conex e Sinosnet em Novo Hamburgo, cada qual com 20%; Conex e Infoway/UOL com 26,56% e 17,56%, respectivamente, em Santa Maria; Conex em São Leopoldo, com 40%; e Conex, Procempa e Procergs em Porto Alegre com 12%, 9% e 9%, respectivamente<sup>16</sup>.

17. A título de ilustração, seguem tabela e figura com a parcela do mercado de acesso a Internet via linha telefônica discada na cidade de Porto Alegre. Conforme os dados, após a concentração, somando a parcela da Easyway, a TERRA/ZAZ dispõe de **51,7%** do mercado de provedores de acesso à Internet em Porto Alegre<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> Para uma informação sobre o mercado de Belo Horizonte ver Ato de Concentração n.º 08012.008161/99-09 entre a Terra Networks do Brasil S/A e Mago Informações e Dados Ltda. .

<sup>16</sup> Estes dados foram fornecidos pelas requerentes – baseados em estimativas internas das empresas - em correspondência datada de 10/12/99, em resposta ao ofício n.º 1661 MF/SEAE/COGSE de 08/11/99.

<sup>17</sup> Ressalte-se ainda que a Terra/Zaz adquiriu anteriormente em Porto Alegre a Netmarket Ltda (Ato de concentração n.º 08012.008790/99-76) e a Voyager Internet Ltda. (Ato de Concentração n.º 08012.008790/99-97), operações em análise pelo SBDC.

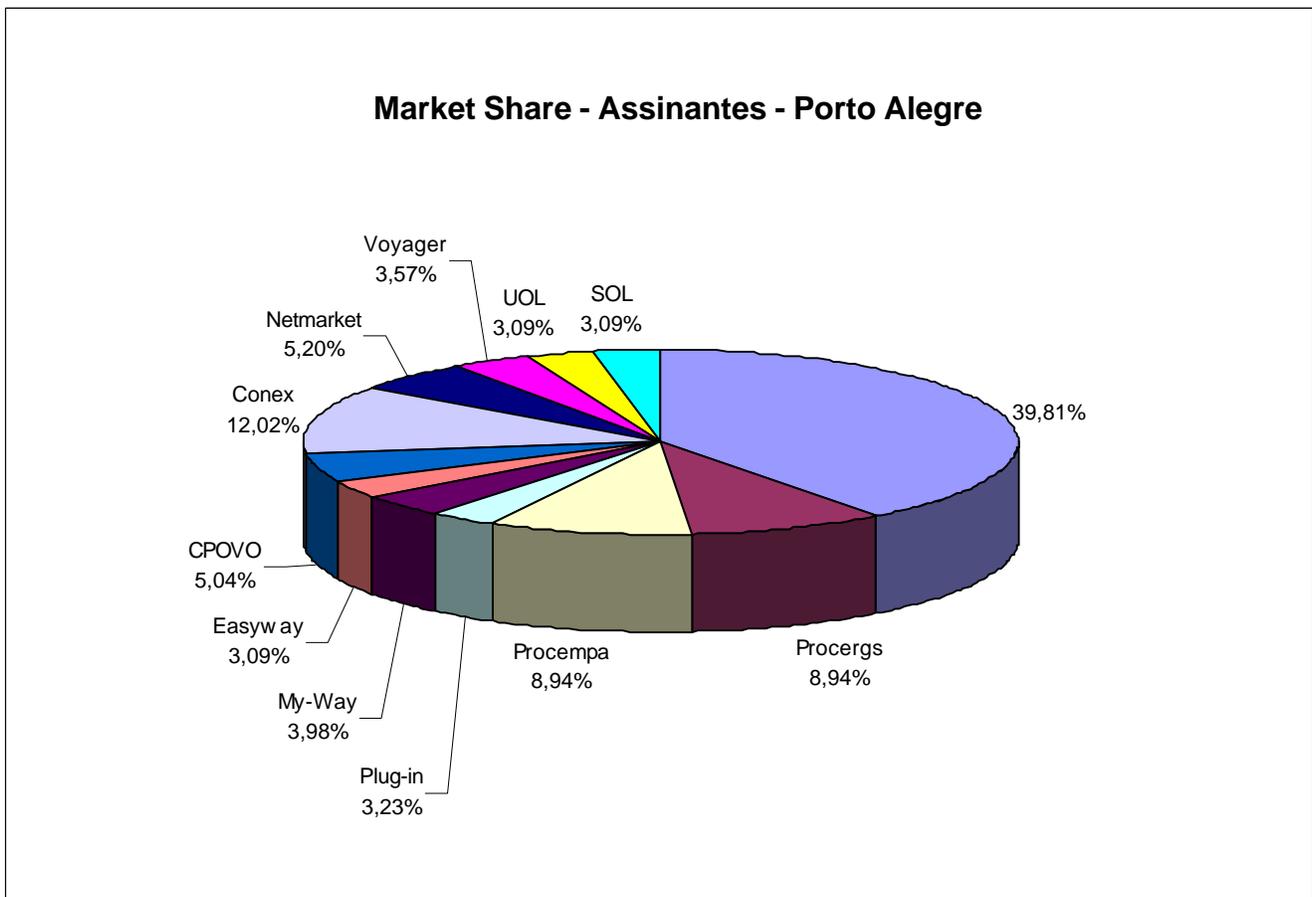
Tabela 05

## Mercado de Provedores de Internet – Porto Alegre

Empresa	Assinantes	%
<b>Terra/Zaz</b>	<b>24.500</b>	<b>39,81%</b>
Procergs	5.500	8,94%
Procempa	5.500	8,94%
Plug-in	1.990	3,23%
My-Way	2.450	3,98%
Easyway	1.900	3,09%
CPOVO	3.100	5,04%
Conex	7.400	12,02%
Netmarket (Terra/Zaz)	3.200	5,20%
Voyager (Terra/Zaz)	2.200	3,57%
UOL	1.900	3,09%
SOL	1.900	3,09%
Total	61.540	100,00%

Fonte: Requerentes. Elaboração SEAE

Figura 1



18. Como os critérios estabelecidos pela SEAE para identificar se a concentração gera controle de parcela de mercado suficientemente alta foram atingidos em quatro

mercados geográficos discutidos (Novo Hamburgo, Santa Maria, São Leopoldo e Porto Alegre)<sup>18</sup>, seguiremos a análise do presente ato para a próxima etapa.

## V – PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO.

19. A análise ficará restrita às cidades de Porto Alegre, Novo Hamburgo, Santa Maria e São Leopoldo. Em Belo Horizonte, não será feita a análise do ponto de vista da concorrência, pois a participação da Easyway nesse mercado, conforme mencionado, é bastante reduzida. Não há portando nexos causal entre a aquisição e aumento do poder de mercado da Terra. Em Campo Belo, por sua vez, conforme mencionado, até a data da aquisição da Easyway, a Terra/Zaz não estava presente diretamente na cidade e sua atuação dava-se a partir de Novo Hamburgo. Mencione-se também a inexistência de dados precisos naquela cidade.

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.<sup>19</sup> 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.<sup>20</sup> No 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.

---

<sup>18</sup> Participação da empresa concentrada igual ou superior a 20% do mercado relevante; ou soma da participação de mercado das quatro maiores empresas (CR-4) igual ou superior a 75% e participação da empresa concentrada igual ou superior a 10% do mercado relevante.

<sup>19</sup> 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.

<sup>20</sup> 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.

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.<sup>21</sup> No caso específico das cidades de Novo Hamburgo, Santa Maria, São Leopoldo e Porto Alegre, conforme resposta via fax da empresa CRT, fornecedora de infra-estrutura nessas cidades<sup>22</sup> não existe qualquer tipo de limitação.<sup>23</sup>

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.<sup>24</sup>

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)<sup>25</sup>. 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 para o anos 2000 era de R\$ 500 milhões. Segundo afirma a Gazeta Mercantil,

<sup>21</sup> 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 Terra/Zaz, cada porta comporta mais ou menos 10 usuários.

<sup>22</sup> Resposta da CRT ao Ofício n.º 3981/00, em relação a três operações realizadas na sua área de atuação (Atos de Concentração n.º 08012.008789/99-97, n.º 08012.8790/99-76 e n.º 08012.010080/99-33, envolvendo as empresas Terra Networks (Nutec Informática) e Netmarket Ltda., Voyager Internet S.A. e Easyway Ltda.).

<sup>23</sup> Ainda com relação à resposta da CRT, esta afirmou que *“podem ocorrer limitações ou restrições na prestação de serviços em áreas que se encontram fora da área de tarifação básica ou em localidades que estejam prejudicadas pela carência de facilidades ou equipamentos para atendimento dos pedidos.”* Entretanto, em contatos telefônicos realizados com o Sr. Dante Jesus R. da Silva, o mesmo informou que as cidades de São Leopoldo, Novo Hamburgo e Campo Belo ficam na região da “Grande Porto Alegre” e, portanto, possuem as mesmas condições técnicas desta capital. A CRT acrescenta também que *“as restrições são as mesmas para todas as localidades desse Estado...a entrega dos serviços solicitados fica condicionada à existência de infra-estrutura no local (rede metálica, transmissão entre centrais, equipamentos da rede New Bridge, etc.) e à capacidade de atendimento da central (juntões digitais)...Desde o início deste ano a CRT também está oferecendo aos provedores a opção de atendimento através de Housing, ou seja, a instalação dos equipamentos dos clientes dentro das suas centrais, solução esta que suprime as restrições de infra-estrutura do local do provedor, ficando como restrição somente a disponibilidade de juntões na central escolhida pelo cliente.”*

<sup>24</sup> 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.

<sup>25</sup> Gazeta Mercantil. Relatório Panorama Setorial “Provedores de acesso à Internet”, janeiro de 2000, Vol. I, pp. 50 e 51.

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.<sup>26</sup>

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 nacional. No caso de uma franquia do tipo da Terra, por exemplo, um franqueado, para operar com uma área mínima de 50m<sup>2</sup> a 70m<sup>2</sup>, deveria investir entre R\$ 120.000,00 e R\$ 200.000,00.<sup>27</sup>

27. Na presente operação, para se determinar as oportunidades de venda disponíveis a uma nova firma que queira entrar nos mercados de Novo Hamburgo, Santa Maria, São Leopoldo e Porto Alegre, 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.<sup>28</sup>

28. Os mercados de Santa Maria, São Leopoldo, Novo Hamburgo e Porto Alegre na data da operação, eram da ordem de, respectivamente, R\$1.967.040,00, R\$ 1.612.800,00, R\$ 1.929.600,00 e R\$17.723.520,00<sup>29</sup>. Supondo ainda uma taxa anual de crescimento de 31%<sup>30</sup> para os próximos dois anos, estes mercados teriam, neste período, um acréscimo de, respectivamente, R\$1.408.597,34, R\$ 1.154.900,00, R\$ 1.381.800,00 e R\$ 12.691.812,67.

29. Considerando que uma entrada, para não provocar redução de preços, deveria ser efetivada ocupando no máximo 5% do mercado relevante<sup>31</sup>, uma nova empresa teria, na época da operação, um mercado disponível de, aproximadamente, R\$ 98.352,00 em Santa Maria, R\$ 80.640,00 em São Leopoldo, R\$ 96.500,00 de Nova Hamburgo e R\$ 886.176,00 em Porto Alegre. Entretanto, se essa nova firma for capaz de capturar pelo

---

<sup>26</sup> Idem pp. 69, 70.

<sup>27</sup> Idem p. 75

<sup>28</sup> Foi desconsiderada qualquer reação à entrada das firmas já estabelecidas, em termos de redução de preço. Note-se que, aparentemente, os preços em Santa Maria, Novo Hamburgo, São Leopoldo e Porto Alegre vêm acompanhando os preços nacionais. Há que se observar, entretanto, que nada impede que esses preços possam, em dado momento, não mais acompanhar os preços nacionais. Tal fato se deve, como já destacado anteriormente, ao custo diferenciado da ligação telefônica, para dentro e para fora das cidades mencionadas.

<sup>29</sup> O Tamanho do mercado foi calculado com base no número de 5.600 assinantes totais da cidade de São Leopoldo, 6.700 de Novo Hamburgo, 6.830 de Santa Maria e 61.540 de Porto Alegre e da média de taxa de acesso cobrada de R\$ 24,00/mês. (informações prestadas em resposta aos Ofícios n.º 4.399/00 e n.º 1.681/00).

<sup>30</sup> 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).

<sup>31</sup> Percentual aceito internacionalmente como razoável para análises semelhantes.

menos 10%<sup>32</sup> do crescimento de mercado (aproximadamente R\$ 140.859,73 em Santa Maria, R\$ 115.500,00 em São Leopoldo, R\$ 138.200,00 em Novo Hamburgo e R\$ 1.269.181,27 em Porto Alegre), o mercado disponível à essa empresa (ou sua oportunidade de venda) seria de R\$ 239.211,73 em Santa Maria, R\$ 196.140,00 em São Leopoldo, R\$ 234.700,00 em Novo Hamburgo e R\$ 2.155.357,27 em Porto Alegre.

30. Tomando por base os valores apresentados para a instalação e funcionamento de um provedor de acesso via 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. 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) através de grandes empresas que já atuam em nível nacional ou através 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.<sup>33</sup> Há que se observar, no entanto, que este tipo de entrada não afetaria o espaço ocupado pela Terra/Nutec, direcionada a um público mais amplo, que acessa à Internet a partir de seu domicílio e que 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 Santa Maria, Novo Hamburgo e São Leopoldo, não se justificaria economicamente. É mais lógico supor que qualquer entrada nestes mercados só seria viável se ocorresse em outros grandes mercados, como Porto Alegre, 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 America Online, de capital norte americano, e que recentemente entrou no Brasil em parceria com o grupo venezuelano Cisneros e com o Banco Itaú.

---

<sup>32</sup> 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.

<sup>33</sup> 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.

34. Por último, há que se considerar a entrada de grandes provedores, que já têm suas marcas fixadas em nível nacional. À época da operação, em Novo Hamburgo atuavam apenas dois grandes provedores nacionais (a própria Terra e o UOL); em Santa Maria atuavam a Terra e a UOL/Infoway; em São Leopoldo atuava apenas a Terra. Em Porto Alegre, já estava instalada a UOL, todavia, com uma pequena parcela de mercado. A Pesquisa da Revista Info Exame (Tabela 04), mostra os principais provedores nacionais e suas respectivas parcelas de mercado.

Tabela 04  
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. Além da Terra (antiga Nutec), apenas a UOL estava presente nas cidades de Novo Hamburgo, Santa Maria, São Leopoldo e Porto Alegre na época da operação, ou seja, existem outros grandes competidores que poderiam, a qualquer momento, entrar nesses mercados.<sup>34</sup> 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".<sup>35</sup> Sendo assim, é pouco provável que a Requerente opte por aumentar preços ou reduzir a qualidade dos serviços prestados nas cidades de Santa Maria, Novo Hamburgo, São Leopoldo e Porto Alegre.

## VI - RECOMENDAÇÃO.

36. No mercado de acesso à Internet via linha telefônica discada dos municípios de Porto Alegre, Novo Hamburgo, Santa Maria e São Leopoldo é factível a 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 nessas cidades e que podem se instalar nelas. Em suma, a entrada de novos competidores é tempestiva, provável e suficiente.

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

34 Atualmente, a AOL já está presente na cidade de Novo Hamburgo e Porto Alegre, conforme informações contidas em seu site ([www.americaonline.com.br/americaonline/numero\\_acesso.adp](http://www.americaonline.com.br/americaonline/numero_acesso.adp)). A AOL Brasil fortaleceu sua posição no mercado brasileiro em 2000, reforçando a tese de entrada de grandes competidores nos mercados locais. Ver Ato de Concentração n.º 08012.002362/2000-16.

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

À consideração superior.

GLAUCO AVELINO SAMPAIO OLIVEIRA  
Assistente Técnico

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA  
Coordenador-Geral

De acordo

PAULO CORRÊA  
Secretario - Adjunto

De acordo

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA  
Secretário de Acompanhamento Econômico

## Anexo 01

### Empresas do Grupo Telefónica no Brasil

<b>Empresas</b>	<b>Atividades</b>	<b>Áreas de atuação</b>
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”)	Estado do Rio Grande do Sul, exceto os municípios integrantes do setor 30 <sup>i</sup>
Celular CRT Participações	Holding detentora de ações de emissão da CRT Celular S.A.	-----
Celular CRT S.A.	Serviço Móvel Celular (“SMC”)	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 <sup>ii</sup>
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 <sup>iii</sup> )
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 Guataporá 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 <sup>iii</sup> )
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: Guataporá, 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, Orlandia, 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, Itapeçerica 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.