



MINISTÉRIO DA FAZENDA

Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer n.º 49 COGSE/SEAE/MF

Brasília, 03 de fevereiro de 2001.

Referência: Ofício MJ/ SDE/ GAB nº 3411/99, de 19 de julho de 1999.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º 08012.006253/99-46.

Requerentes: Telefônica Interactiva S/A, RBS Administração e Cobrança S/A e Nutec Informática S/A.

Operação: Incorporação de empresas - aquisição de controle acionário da empresa Nutec Informática S/A, pertencente à RBS Administração e Cobrança S/A, por Telefônica Interactiva S/A, no setor de informática e telecomunicações, particularmente, serviços relacionados à Internet.

Recomendação: Sugere-se a aprovação, com ressalva.

Versão: pública.

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

Não encerra, por isto, conteúdo decisório ou vinculante, mas apenas auxiliar ao julgamento, pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE, dos atos e condutas de que trata a Lei.

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

A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça solicita à Seae parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas Telefônica Interactiva S/A, antiga denominação de Terra Networks S/A, e RBS Administração e Cobrança S/A, conforme estabelecido no Art. 54 da Lei n.º 8.884/94.

I- DAS REQUERENTES

I.1 – Adquirente

1. A Telefônica Interactiva S/A, antiga denominação da Terra Networks S/A, é uma empresa de nacionalidade espanhola, com sede na Gran Via, 28, Madri, Espanha, criada em

dezembro de 1998. Atua no provimento de acesso à Internet (conexão via linha discada e conexão dedicada) e outros serviços de rede IP¹, tais como oferta de serviços e conteúdos interativos, oferta de serviços de soluções corporativas, financiamento e desenvolvimento de oportunidades de negócio, utilizando-se da Internet como meio (comércio eletrônico, publicidade virtual, hospedagem de “*homepage*”). A Telefônica Interactiva S/A pertence ao Grupo Telefônica, liderado pela Telefônica Internacional S/A, que é um grupo empresarial espanhol especializado em telecomunicações e cujas operações no Brasil iniciaram-se em 1996.²

2. A Telefônica Interactiva S/A. não obteve faturamento em 1998, visto que foi criada em dezembro daquele ano. A Telefônica Internacional S/A, por sua vez, faturou em 1998³ **R\$ 9.080.000.000,00** (nove bilhões e oitenta milhões de reais) no Brasil, **US\$ 2.921.000.000,00** (dois bilhões, novecentos e vinte e um milhões de dólares) ou **R\$ 3.564.000.000,00** (três bilhões quinhentos e sessenta e quatro milhões de reais) no Mercosul⁴ e **US\$ 20.335.000.000,00** (vinte bilhões, trezentos e trinta e cinco milhões de dólares) ou **R\$ 24.587.000,00** (vinte e quatro bilhões, quinhentos e oitenta e sete milhões de reais) no mundo.⁵

I.2 - Vendedora

3. A RBS Administração e Cobrança Ltda., empresa brasileira, com sede em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, pertence ao Grupo RBS (Rede Brasil Sul), composto por empresas com atuação preponderante nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. O grupo atua nos seguimentos de comunicação e entretenimentos, especificamente, nas seguintes atividades: jornais, televisão por assinatura (cabo e MMDS), televisão aberta (convencional – VHF e UHF), rádios (AM e FM), serviços de Internet, serviço telefônico fixo comutado⁶, serviço móvel celular, seguros, cartão fidelidade, agência de turismo, serviço móvel especializado (*trunking*), construção civil, serviço limitado privado. Ao todo, o grupo participa do capital social de 97 empresas, entre as quais a Nutec Informática S/A. O Grupo RBS obteve, em 1998, faturamento de **R\$ 820.080.559,00** (oitocentos e vinte milhões e oitenta mil, quinhentos e cinquenta e nove reais) com suas atividades no país, no Mercosul e no resto do mundo. Na data da operação, em 15.06.99, a RBS Administração e Cobranças Ltda. tinha a seguinte composição em seu capital acionário:

Tabela 01
Capital acionário de RBS Administração e Cobranças Ltda.

Quotista	Participação no Capital Social
Ima Participações Ltda.	48,56%

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

² O Anexo 01 traz uma relação das empresas do Grupo Telefônica no Brasil à época da operação.

³ As requerentes informam que o faturamento de 1999 ainda não estava disponível.

⁴ Somente Argentina.

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

⁶ Em comunicado da Anatel, de 10.09.99, a Agência autorizou a saída da RBS da Telesp Participações S/A, passando a Telefônica Internacional a deter as ações correspondentes a 6,34% da Telebrasil Sul Participações, que controla a Telesp. A Anatel anunciou ainda que a RBS manteria uma participação na CRT fixa [não controladora]. Ver a composição da TBS no Anexo 03.

Jama Participações Ltda.	39,04%
Fec Participações Ltda.	7,61%

Fonte: requerentes

I.3 – Adquirida

4. A Nutec Informática S/A, empresa brasileira, com sede na cidade de Porto Alegre, Estado do Rio Grande do Sul, pertencente ao Grupo RBS, atua no desenvolvimento, produção, instalação, manutenção de sistemas de informática, consultoria, assistência operacional, treinamento e realização de cursos e exposições em informática, comercialização e treinamento no setor. Atua também nos segmentos relacionados à Internet, como provimento de acesso (conexão via linha discada e conexão dedicada) e outros serviços relacionados à rede, tais como oferta de serviços e conteúdos interativos (comércio eletrônico, publicidade virtual e hospedagem de “homepage”). Apresentou faturamento de **R\$ 26.480.000,00** (vinte e seis milhões quatrocentos e oitenta mil reais) no ano de 1998 e possui as seguintes subsidiárias que atuam em segmentos relacionados à Internet:⁷

- Nutecnet Caxias do Sul Ltda.
- Nutecnet Criciúma Ltda.
- Nutecnet Itajaí Ltda.
- Nutecnet Santa Maria Ltda.
- Zaz Campinas Ltda.
- Nanutec Corporation Inc.

5. Além dessas subsidiárias, a Nutec possui 10% da participação acionária na Wide Net Soluções Internet S/A, empresa de investimentos. Após o ato de concentração, a composição acionária da Nutec passou por algumas modificações que serão explicitadas na parte que descreve a operação.

II – OPERAÇÃO

6. Em 15 de Junho de 1999, a Telefônica Interactiva S/A associou-se à sociedade RBS Administração e Cobranças Ltda., do grupo RBS, a fim de adquirir o controle da Nutec Informática S/A. A referida operação deu-se por meio de uma subsidiária da Telefônica Interactiva S/A, denominada Telefônica Interactiva Brasil Ltda., com sede na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo, criada com a finalidade de deter participação no capital da Nutec. Nessa data, de acordo com a cláusula 01 do Contrato de Subscrição de Ações, fornecido pelas requerentes e constante dos autos do processo, foi realizada uma assembléia geral ordinária da Nutec, na qual foi deliberada pelos controladores da empresa a emissão de **3.323.498** (três milhões, trezentos e vinte e três mil, quatrocentos e noventa e oito) novas ações ordinárias, que representam participação equivalente a 16,67% do capital social total e representativas do controle da Nutec. Essas ações foram totalmente subscritas pela Telefônica

⁷ Com exceção da Nanutec Corporation, empresa com sede no Estado da Califórnia, nos Estados Unidos, que se dedica à fabricação e à venda de software, as demais empresas operam no Brasil.

Interactiva Brasil Ltda. O valor da operação atingiu (*sigilo*).⁸ As tabelas 02 e 03 abaixo mostram a estrutura do capital social da Nutec antes e depois da operação, respectivamente:

Tabela 02
Composição acionária de Nutec Informática S/A
ANTES da operação

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Capital Total	Participação
RBS Administração e Cobranças Ltda.	3.322.169	10.799.309	14.121.478	85%
MLSP Comércio e Participações Ltda.		2.076.688	2.076.688	12,5%
Afonso Antunes da Motta		166.135	166.135	1%
Luiz Alberto Barichello		166.135	166.135	1%
Sílvia Nora Berno de Jesus		83.068	83.068	0,5%
Total	3.322.169	13.291.335	16.613.504	100%

Fonte: Requerentes

Tabela 03
Composição acionária de Nutec Informática S/A
APÓS a operação

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Capital Total	Participação
Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	3.323.498		3.323.498	16,67%
RBS Administração e Cobranças Ltda.	3.322.169	10.799.309	14.121.478	70,83%
MLSP Comércio e Participações Ltda.		2.076.688	2.076.688	10,41%
Afonso Antunes da Motta		166.135	166.135	0,8333%
Luiz Alberto Barichello		166.135	166.135	0,8333%
Sílvia Nora Berno de Jesus		83.068	83.068	0,4167%
Total	6.645.667	13.291.335	19.937.002	100%

Fonte: requerentes

⁸ As requerentes solicitam sigilo quanto ao valor da operação, pois alegam ser informação privilegiada, que poderia colocá-las em desvantagem perante os demais concorrentes. O valor do dólar na data era US\$ 1,00 = R\$ 1,767.

7. Em 26.08.99, entretanto, conforme informado pelas requerentes (ofício n.º 4388/99 SDE/GAB), as referidas empresas, por não haverem alcançado consenso sobre o plano de negócios da Nutec Informática S/A, decidiram encerrar a parceria. Em 05.08.99, foi acordado em Assembléia Geral Extraordinária o resgate da totalidade de 13.208.267 ações preferenciais e 3.322.169 ações ordinárias de titularidade da RBS, ao valor de R\$20,5553 por ação. Desse modo, a RBS recebeu R\$ 339.788.071,10 (trezentos e trinta e nove milhões, setecentos e oitenta e oito mil, setenta e um reais e dez centavos) da Nutec, retirando-se da sociedade juntamente com outros acionistas. Permaneceu na sociedade a acionista Sílvia Nora Berno de Jesus. Na mesma data, foi firmado um contrato de compra e venda de 102.197 ações ordinárias entre a Telefônica Interactiva S/A e a MSLP e de 49.002 ações preferenciais entre a Telefônica Interactiva S/A e Sílvia Nora Berno de Jesus por R\$ 10.244.861,03 (dez milhões, duzentos e quarenta e quatro mil, oitocentos e sessenta e um reais e três centavos). Assim, houve uma redução no capital social da Sociedade de R\$ 416.486.636,32 (quatrocentos e dezesseis milhões, quatrocentos e oitenta e seis mil, seiscentos e trinta e seis reais e trinta e dois centavos) para R\$ 76.698.565,22 (setenta e seis milhões, seiscentos e noventa e oito mil, quinhentos e sessenta e cinco reais e vinte e dois centavos). O capital social ficou dividido em 3.323.498 (três milhões trezentos e vinte e três mil quatrocentos e noventa e oito) ações ordinárias e 83.068 (oitenta e três mil e sessenta e oito) ações preferenciais, assim distribuídas:

Tabela 04

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Capital Total	Participação (%)
Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	3.321.301	49.002	3.370.303	96%
MLSP Comércio e Participações Ltda.	102.197		102.197	3%
Sílvia Nora Berno de Jesus		34.066	34.066	1%
Total	3.323.498	83.068	3.506.566	100%

Fonte: Requerentes

8. Após 05.08.1999, o capital societário e a composição acionária da empresa passaram por outras alterações acordadas em assembléias gerais extraordinárias, conforme mostram as tabelas 05, 06 e 07:

Assembléia Geral Extraordinária de 06.01.2000.

Tabela 05

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Capital Total	Participação (%)
Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	18.221.301	49.002	18.270.303	99,26
MLSP – Comércio e Participações Ltda.	102.197	-x-	102.197	0,56
Sílvia Nora Berno de Jesus	-x-	34.066	34.066	0,19
Total	18.323.498	83.068	18.406.566	100,00

Fonte: Requerentes

Assembléia Geral Extraordinária de 31/01/2000.

Tabela 06

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Capital Total	Porcentagem (%)
Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	25.221.301	49.002	25.270.303	99,46
MLSP – Comércio e Participações Ltda.	102.197	-x-	102.197	0,40
Silvia Nora Berno de Jesus	-x-	34.066	34.066	0,13
Total	25.323.498	83.068	25.406.566	100,00

Fonte: Requerentes

Assembléia Geral Extraordinária de 11.02.2000.

Tabela 07

Sócios	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Capital Total	Porcentagem (%)
Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	30.222.825	49.002	30.271.827	99,55
MLSP – Comércio e Participações Ltda.	102.197	-x-	102.197	0,34
Silvia Nora Berno de Jesus	-x-	34.066	34.066	0,11
Total	30.325.022	83.068	30.408.090	100,00

Fonte: Requerentes

9. Finalmente, após 28.02.2000, a empresa adquiriu a seguinte composição acionária.

Composição acionária da Terra Networks do Brasil S/A

Tabela 08

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

Fonte: requerentes.

III – DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

III.1 O Mercado Relevante de Produto

10. Os segmentos de mercado nos quais atua a empresa adquirida Nutec Informática S/A são: **a)** provimento de acesso à Internet via linha discada; **b)** provimento de acesso à Internet via conexão dedicada; **c)** hospedagem (“webhosting”) e criação (“webdesign”) de páginas virtuais (“home-pages”); **d)** comercialização de espaço para publicidade virtual (publicidade “online”); e **e)** comércio eletrônico (“e-commerce”). Já o Grupo Telefônica, ao qual pertence a empresa adquirente, atua no Brasil no setor de telecomunicações.

11. A delimitação do mercado relevante deve sempre incorporar os possíveis serviços substitutos mais próximos aos serviços prestados pelas empresas associadas.⁹ Dada a especificidade dos segmentos de atuação das empresas envolvidas na operação, optou-se por delimitar seis mercados relevantes distintos: além dos cinco em que atua a empresa Nutec Informática S/A mencionados acima, adicionou-se o segmento de **f**) infra-estrutura de telecomunicações a provedores de Internet, no qual atua a Telesp em São Paulo. A seguir, encontra-se uma breve definição desses mercados.

12. **a) Provimento de acesso à Internet via linha telefônica discada.** Serviço definido como valor adicionado¹⁰, 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 presença¹¹, pode ser considerado como o ponto mais próximo à espinha dorsal da Internet (“backbone”).¹² 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 dedicado de alta capacidade (esta definição encontra-se no item “b”) e conecta o usuário por meio de uma linha telefônica comum.¹³ Esse trecho de ligação entre o provedor de acesso (ou seu ponto de presença) e o usuário final é chamado de “última milha”.

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

⁹ Ver guia para análise de atos de concentração econômica, parte III, etapa I.

¹⁰ 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”.

¹¹ 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 de acesso para tal finalidade. Muitos provedores têm utilizado esses equipamentos para oferecer acesso em várias cidades.

¹² 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).

¹³ 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”.

capacidade do próprio backbone.¹⁴ É importante lembrar que o valor da chamada telefônica ao provedor de acesso é pago pelo usuário final à operadora de telecomunicações da mesma forma como são cobradas as chamadas telefônicas normalmente utilizadas para comunicação de voz.

14. Poder-se-ia apontar o provimento de acesso gratuito, oferecido por diversas empresas especializadas, como um serviço substituto do acesso discado cobrado, pois o formato técnico utilizado é o mesmo ou bastante semelhante. Entretanto, o acesso gratuito tem-se consolidado como um serviço complementar ao acesso cobrado, já que o usuário é livre para utilizar qualquer provedor de acesso gratuito que esteja disponível.¹⁵ Ademais, sua própria caracterização como um mercado e conseqüente comparação é dificultada por não existir um preço associado ao fornecimento do serviço.¹⁶

15. Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico e o intenso processo de convergência de várias mídias tem feito emergir um segmento de acesso cobrado à Internet por meio de outras tecnologias, também chamadas de acesso por “banda larga”, entre as quais se destacam o acesso via cabo e o ADSL.¹⁷ Nota-se que, seguindo uma tendência mundial, a participação de mercado deste segmento tem aumentado gradualmente, mas é ainda bastante reduzida no presente.¹⁸ O acesso por meio dessas outras tecnologias poderá tornar-se futuramente uma alternativa para os consumidores brasileiros, sobretudo para o acesso discado, mas, no presente, não deve ser considerado substituto perfeito a este tipo de acesso, pois não está disponível em todas as áreas, tem preços mais altos e não há evidências de que, no período de um ano, venha baixar seus preços a ponto de o usuário substituir seu acesso discado por essas tecnologias.

16. **b) Provimento de acesso à Internet via conexão dedicada.**¹⁹ A conexão dedicada é oferecida através de canais (linhas de comunicação) reservados exclusivamente ao usuário e permanecem sempre ativas, sem a necessidade de discagem para conexão. São também

¹⁴ 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.

¹⁵ Não há estatísticas confiáveis quanto ao padrão de utilização do acesso gratuito.

¹⁶ Ver considerações adicionais no Anexo 04.

¹⁷ A tecnologia 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. A velocidade de conexão (256,768 ou 1540 Kbps) também é maior.

¹⁸ Por exemplo, a TVA, uma operadora de TV a cabo, oferece serviço de acesso à Internet por R\$ 65,00 para seus assinantes e por R\$ 79,00 para os não assinantes, além do custo para compra ou aluguel do modem e serviços de instalação. Segundo o relatório “The Internet Data Service Report” (<http://www.msdc.com/techresearch/inetdata/index.html>), de agosto de 1999, disponibilizado na Internet pela Morgan Stanley Dean Witter, usuários individuais nos EUA deverão iniciar significativamente a transição para os serviços de banda larga a partir do ano 2000. Em 1998, 80% dos assinantes eram usuários não empresariais que acessavam a Internet quase que exclusivamente por linha discada. Essa tendência deverá ser seguida no Brasil em um período mais dilatado.

¹⁹ Prestação dos serviços por linha dedicada é definida pela norma n.º 09/95, aprovada pela Portaria n.º 285 de 29 de novembro de 1995, do Ministério das Comunicações, como circuito, parte de rede pública de telecomunicações, destinado à exploração de serviço limitado ou de serviço especial de telecomunicações.

chamadas de linhas alugadas (“leased lines”) ou linhas privadas, em contraposição às linhas de uso genérico, e consistem de tipos como linhas T-3, T-1 e “Frame Relay”. São bastante caras e suas finalidades bastante específicas. Em geral, são demandadas por grandes usuários que necessitam de alta capacidade em suas redes ou interligam locais de operação geograficamente distantes.²⁰

17. O acesso dedicado pode ser oferecido diretamente por um provedor de “backbone” a uma empresa ou a outro provedor de acesso a Internet. Por sua vez, este provedor de acesso à Internet pode revender parte da capacidade contratada na forma de acesso dedicado a outras empresas e outros provedores, que podem ainda fazer o mesmo. No modelo mais usual, configura-se até três estágios de intermediários de provimento de acesso dedicado desde o provedor de acesso ao backbone. Dependendo da capacidade contratada originalmente ao provedor de backbone, a cada intermediação, por motivos técnicos, a qualidade do serviço é afetada.

18. O valor cobrado pela conexão é fixo e mensal, afetado primordialmente pela distância entre os pontos conectados e pela capacidade de transmissão de dados contratada. Muitas empresas e indivíduos têm migrado para a utilização de linhas dedicadas, sobretudo quando o uso da Internet é intensivo, pois as mesmas permitem taxas de transmissão de dados maiores e têm, nestes casos, melhor relação custo-benefício.²¹

19. **c) Comercialização de espaço para publicidade virtual.** O objetivo primordial da publicidade é “fornecer instrumentos de marketing para que seus clientes atinjam seus mercados consumidores, por meio de divulgação de seus produtos, da valorização e da diferenciação de suas marcas”.²² A publicidade pode ser veiculada em diversas mídias, entre as quais, a televisão, o rádio, revistas, jornais, “outdoors”, guias e, recentemente, na *Internet*, que tem-se tornado cada vez mais um meio de comunicação poderoso. A publicidade pode ser tanto direcional – aquela em que o consumidor assume posição ativa na busca de informações sobre o produto ou serviço – ou criativa – que atinge o consumidor com o intuito de persuadi-lo quanto a qualidade de produtos e serviços e conquistá-lo como cliente do anunciante. Nesse sentido, a publicidade virtual é tanto criativa quanto direcional. A diferença entre o espaço (meio) disponibilizado na Internet e os veículos tradicionais é a interatividade. Os “banners” e outras formas assumidas pela publicidade virtual possibilitam a transferência do usuário da Internet a outras páginas complementares do produto ou serviço desejado, inclusive com a possibilidade de se efetuar uma transação comercial a partir da publicidade encontrada. É relevante notar ainda que existe uma diferenciação no público que visita páginas de Internet, cuja difusão é bastante mais restrita que as outras mídias. As empresas que adquirem espaço para publicidade virtual, dessa forma, atingem um público mais reduzido e mais específico.

²⁰ 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).

²¹ Definições extraídas da página de referência sobre a Internet <http://www.pcwebopaedia.com/>.

²² Definição extraída do parecer referente Ato de Concentração n.º 08012.002266/99-46 de interesse das empresas Hebdo Mag Brasil Holding Ltda. e Editora Balcão Ltda. (D.O.U. 23/12/1999).

20. Em face das dificuldades de se obter informações precisas quanto a sua substitutibilidade e com a ressalva de que se trata de um mercado em processo de consolidação, a venda de espaço para publicidade na Internet é considerada sem substitutos, preferindo-se uma definição de mercado de produto mais restrita.

21. **d) Comércio eletrônico (“e-commerce”).**²³ O comércio eletrônico permite a um usuário da Internet efetuar uma transação comercial via rede. Produtos ou serviços são oferecidos em páginas da Internet e, se finalizada a transação, o pagamento pode se dar de diversas formas, dentre as quais a mais comum é o fornecimento de um número de cartão de crédito. A transação é processada e o bem é enviado posteriormente por um serviço de entregas ou, no caso de produtos digitalizados (como por exemplo, programas de computador), via rede (transmissão de arquivos ou “download”). Tem-se usualmente dividido o comércio virtual em “*business to consumers*” (“*BtoC*”) e “*business to business*” (“*BtoB*”). No primeiro, a relação comercial ocorre entre um indivíduo e uma empresa que disponibilizou o bem na Internet. No segundo, a transação ocorre entre duas empresas.

22. Para um provedor, a receita auferida com o comércio eletrônico se dá, em geral, de duas formas: em primeiro lugar, pode disponibilizar produtos/serviços de terceiros em suas páginas e cobrar comissões pela comercialização dos mesmos. Em segundo lugar, pode oferecer seus próprios produtos e serviços e auferir receitas diretamente com a venda dos mesmos. Existem ainda diversas outras categorias de vendedores na Internet, desde páginas administradas diretamente por produtores, centros de compras virtuais e outros. Trata-se de um mercado incipiente, com muitas variantes e com escassa informação consolidada, mas, em princípio, diferenciado das formas de comercialização tradicionais. Novamente, opta-se por uma definição mais restrita, não considerando o comércio eletrônico como substituto ou complementar às formas de comercialização tradicionais ou vice-versa.

23. **e) Hospedagem e criação de páginas virtuais.** Em geral, provedores oferecem três tipos de serviços de hospedagem: compartilhado, dedicado e co-alocado, para os quais a empresa pode ou não oferecer um domínio.²⁴ Serviços de hospedagem compartilhados são os mais comuns, pois o usuário terceiriza praticamente todos os serviços requeridos por uma página virtual. O provedor então oferece a hospedagem, manutenção e monitoramento da página. No caso de serviço de hospedagem dedicado, o usuário também terceiriza os serviços, entretanto, o servidor não é compartilhado, mas só utilizado pela empresa em questão. Na maioria desses casos, o usuário também elege um domínio. Por fim, nos serviços de co-alocação, o usuário mantém e monitora sua informação. No entanto, possui seu próprio servidor no qual a página é hospedada, mas usa as dependências da empresa de hospedagem

²³ Algumas das definições sobre comércio virtual aqui utilizadas foram retiradas de THE ECONOMIST, “*Survey E-Commerce*”, 25/02/2000 e SCHYJBECHT, L. e PEREZ-ESTEVEZ, R., “A quantitative assessment of electronic commerce”. World Trade Organization - WTO. September 1999.

²⁴ 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 seqüência 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.

para situá-lo. São raros os usuários deste serviço que não possuem seu próprio domínio. Não há substituto para o serviço de hospedagem de página pela própria natureza do serviço.

24. **f) Infra-estrutura de telecomunicações para provedores.** São as chamadas redes de acesso ou meios físicos que possibilitam a conexão do usuário ao provedor (ou a um ponto de presença), assim como a ligação do provedor à espinha dorsal da Internet. Podem assumir diversas formas, que incluem portas de comunicação e outros conjuntos de equipamentos. A forma mais comum para conectar usuários residenciais, pequenas e médias empresas aos provedores, na chamada “última milha”, é a linha telefônica²⁵, que será foco de análise adiante.²⁶

III.2 Mercado Relevante Geográfico

25. 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 geodésica²⁷), a tarifa telefônica cobrada é local.

26. No acesso dedicado ainda que não haja discagem, o valor fixo cobrado pelo serviço de conexão também depende da distância entre provedor e usuário. Da mesma forma, se estes estiverem dentro do mesmo degrau tarifário, o preço pelo serviço é menor.

27. 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 presença²⁸ ou aquisição de infra-estrutura de telefonia da empresa de telecomunicações local, a fim de que seus usuários possam pagar tarifas locais. Sendo assim, tanto para os segmentos de acesso à Internet via linha discada, quanto para a conexão dedicada, considera-se como mercado relevante geográfico cada uma das cidades (mercado local) onde a empresa Nutec Informática S/A estava instalada diretamente (por meio de suas filiais) ou indiretamente (por meio de suas franquias) à época da operação. O Anexo 02 lista todas as localidades onde a empresa atuava.

28. Definições de mercados geográficos para os segmentos de comércio virtual, espaço para publicidade virtual e hospedagem e criação de páginas virtuais são complexas, tanto

²⁵ Para uma definição desta infra-estrutura, ver nota N.º 13.

²⁶ A International Data Corporation (IDC) informa, entretanto, que “as operadoras [de telefonia fixa] em 1999 deram andamento na implantação de suas “redes de acesso” através de anéis ópticos de acesso multiserviço (ADSL, RDSI, ATM), “redes de dados” de dados com tecnologia ATM/IP e “Backbones” de arquitetura SDH e WDM permitindo transmissão de voz e dados a 2,5 Kbps, e transmissão em banda larga a 155 Mbps, que possibilitarão a oferta de serviços diferenciados e soluções integradas a partir de plataformas IP, ATM e Frame Relay.” *Bulletin Telefonia Fixa – Operadoras*, IDC#BR1117, abril de 2000.

²⁷ 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).

²⁸ Ver nota N.º 10.

devido à natureza desses serviços quanto a seus estágios de desenvolvimento incipientes.²⁹ Em princípio, pode-se argumentar que a Internet seja uma rede de alcance mundial e, portanto, considerar a oferta de espaço para publicidade virtual, o comércio eletrônico e a hospedagem de páginas como mercados geográficos mundiais. Entretanto, é importante que se faça ponderações e que as definições sejam as mais restritivas possíveis, tanto pela escassez de dados que comprovem haver um número importante de empresas que busquem fornecedores desses serviços no exterior, quanto pelos custos de transação associados a transações internacionais. Vale enfatizar que, para fins comerciais, o tomador de preço (demandante) desses serviços não é o usuário individual da Internet³⁰, mas sim o usuário corporativo.

29. Para o segmento de espaço para publicidade virtual, o mercado relevante geográfico a ser considerado pode ser local ou nacional, de acordo com o perfil e com a região do usuário que se quer atingir. Marcas nacionais (comercializadas em todo o país) tendem a concentrar seus anúncios em páginas visitadas por um público extenso, nos chamados “portais nacionais”. Marcas regionais (comercializadas regionalmente) buscam anunciar em páginas visitadas por um público específico, nos chamados “portais regionais”. Há possibilidades técnicas para se anunciar em páginas estrangeiras, mas, novamente, faltam dados que comprovem essa prática e, portanto, como já apontado anteriormente, pela boa prática antitruste, opta-se por uma definição mais restrita do mercado.

30. Para o segmento de comércio eletrônico, pelas razões antes expostas, adota-se também uma definição mais restrita quanto ao mercado geográfico, podendo este ser local ou nacional, dependendo da natureza do produto a ser comercializado e do consumidor que se quer atingir. Por um lado, a oferta do espaço para disponibilização e comercialização de produtos via rede segue a mesma lógica da oferta de espaço para a publicidade virtual. Por outro, a logística de distribuição³¹ dos produtos, sobretudo aqueles não digitalizados, impõe maior dificuldade para os “portais” localizados no exterior e que despacham produtos a longas distâncias.³² Para aqueles bens que podem ser distribuídos via Internet e que não exigem proximidade para assistência técnica, como software, jogos eletrônicos e o emergente mercado de filmes e música, não há maiores dificuldades para se definir o mercado como nacional.³³ Entretanto, para os bens não digitalizados, de maior porte ou que exijam pronta

²⁹ O impacto da nova economia da Internet sobre as políticas antitruste tem sido objeto de debates e de indefinições não apenas no Brasil mas também nos EUA. Ver BALTO, D. “Emerging Antitrust Issues em Electronic Commerce”, Antitrust Institute. Bureau of Competition, Federal Trade Commission, 1999.; SWINDLE, O. “Cyberspace and the FTC: Some Current Matters of Interest” Federal Trade Commission, July, 26, 1999; KLEIN, J. “The Importance of Antitrust Enforcement in the New Economy”. US Department of Justice. January 29, 1998.

³⁰ Para um indivíduos, esses serviços são ofertados gratuitamente devido às externalidades de rede. A definição de “externalidades de rede” está exposta em VARIAN, H. “Microeconomia – Princípios Básicos”, Capítulo 32. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999. Para uma notícia sobre os efeitos das externalidades de rede e da economia da Internet na política de concorrência e de antitruste ver BALTO, *op. cit.*, nota 24.

³¹ Ver sobre esse assunto “Distribution dilemmas – Can the web merchants deliver goods” *Survey E-Commerce*, The Economist 25/02/2000.

³² Um dos exemplos mais conhecidos é o da Livraria Amazon (www.amazon.com), que desenvolveu pioneiramente um sistema sofisticado de distribuição de seus produtos.

³³ SCHYJBECHT, L. e PEREZ-ESTEVEZ, R., “A quantitative assessment of electronic commerce”. World Trade Organization - WTO. September 1999.

assistência técnica, são necessários canais específicos de distribuição e, por isso, em determinados casos, cabe melhor a definição do mercado como local.

31. O mercado geográfico de criação e hospedagem de páginas virtuais para clientes corporativos é o nacional. Isto ocorre porque o demandante desse serviço pode ter sua página desenhada e planejada por empresas localizadas em qualquer lugar do país. Os recursos tecnológicos disponíveis permitem que o demandante tenha sua página “pendurada” em qualquer espaço virtual do país. Assim, se em determinada localidade uma empresa de “*webdesign*” promover um pequeno e não transitório aumento de preço, o demandante pode procurar outra empresa nacional sem grandes custos adicionais. O mesmo acontece no segmento de “*webhosting*”. A rigor, devido aos recursos tecnológicos hoje existentes, esse raciocínio poderia ser estendido ao mercado internacional. Todavia, existem custos de transação que podem constranger o demandante, como, por exemplo, a barreira do idioma.

32. O mercado geográfico de infra-estrutura de telecomunicações para provedores de acesso à Internet nesta operação é o Estado de São Paulo. Trata-se do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC)³⁴ provido pela Telesp, particularmente em sua modalidade de serviço local, dadas as condições do acesso discado à Internet descritas na definição do serviço de provimento de acesso à Internet (parágrafo n.º 12-a). Este mercado está delimitado por disposição regulatória, feita pelo Plano Geral de Outorgas, PGO, aprovado pelo decreto n.º 2.534, de 02/04/98. O PGO, para efeitos da prestação do STFC, dividiu o país em regiões e subdividiu três dessas regiões em setores. A Telesp, na data da operação, prestava o mencionado serviço no Estado de São Paulo, que compreende a região III, setor 31, exceto nos municípios integrantes dos setores 32, 33 e 34 também no Estado de São Paulo.³⁵

IV – PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO.

33. A Telefônica Interactiva S/A não estava estabelecida no mercado brasileiro de serviços relacionados à Internet até a aquisição da Nutec. No entanto, seu grupo empresarial, Grupo Telefônica, já estava presente no país no mercado de telefonia, à época da operação. Conforme descrito em detalhe no Anexo 03, na data da operação, a Telefônica Internacional S/A era controladora da Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT), por intermédio de sua holding Tele-Brasil Sul Participações S/A (TBS). Todavia, tendo adquirido posteriormente o controle acionário da Telecomunicações de São Paulo S/A (Telesp) por meio da TBS, a Telefônica Internacional S/A foi obrigada pela Anatel a se desfazer da CRT. Dessa forma, somente no Estado de São Paulo o Grupo Telefônica tem o controle de uma operadora de STFC que fornece infra-estrutura à Nutec.

³⁴ Para a definição dada pela regulação, ver nota n.º 13.

³⁵ Esses municípios são: Guatapar e Ribeirão Preto, dos Municípios de Altinópolis, Aramina, Batatais, Brodosqui, Buritzal, Cajuru, Cássia dos Coqueiros, Colômbia, Franca, Guira, Guará, Ipuã, Ituverava, Jardinópolis, Miguelópolis, Morro Agudo, Nuporanga, Orândia, Ribeirão Corrente, Sales de Oliveira, Santa Cruz da Esperança, Santo Antnio da Alegria e São Joaquim da Barra, Municípios de Cubatão, Mogi das Cruzes, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra e Suzano.

34. Assim, ainda que não se identifiquem relações horizontais, há uma integração vertical³⁶, na medida em que a Telesp, pertencente ao Grupo Telefônica, é a fornecedora de infra-estrutura de telefonia fixa que conecta os usuários da empresa Nutec no Estado de São Paulo³⁷. Como já destacado anteriormente, a principal fonte do faturamento da Nutec é o provimento de acesso discado à Internet e sobre este mercado será focada a análise das relações verticais derivadas da operação.

35. A prática antitruste mostra que uma operação que envolva verticalização somente é passível de causar problemas à concorrência quando pelo menos um dos mercados relevantes definidos for altamente concentrado. Apenas nestes casos sugere-se que seja verificado se a integração pode gerar algum tipo de problemas.³⁸ Dada a especificidade da presente operação - isto é, a existência de um só fornecedor de infra-estrutura para provimento de acesso discado à Internet no Estado de São Paulo, a análise estará centrada em dois possíveis efeitos:³⁹

- a) no fechamento de mercado ("*foreclosure*");
- b) extensão do poder monopólio.

36. **a) Fechamento de mercado.** O fechamento do mercado ocorre quando a concentração vertical limita ou impede que novas empresas possam entrar no mercado de insumos, acima da cadeia produtiva ("upstream"), ou no mercado final, abaixo da cadeia produtiva ("downstream").⁴⁰ O fechamento de mercado pode implicar o aumento das

³⁶ Uma integração vertical envolve firmas que operam em diferentes mas complementares níveis na cadeia de produção ou distribuição. A característica fundamental de uma integração vertical é que o produto ou serviço produzido por uma firma pode ser usado como insumo do produto ou serviço oferecido por outra firma.

³⁷ O mercado de telefonia fixa está delimitado por disposição regulatória, feita pelo Plano Geral de Outorgas (PGO), aprovado pelo decreto n.º 2.534, de 02/04/98. Ver talhes no parágrafo N.º 32.

³⁸ Para maiores detalhes, ver por exemplo PITOVSKE, R. "Vertical Restraints and Vertical Aspects of Mergers – A U.S. Perspective" Fordham Corporate Law Institute, 24th Annual Conference on International Antitrust Law and Policy. October 1997. SUNSHINE, S. "Vertical Merger Enforcement Policy", American Bar Association, Section on Antitrust Law, Spring Meeting, May 1995.

³⁹ O guia para operações não horizontais utilizado nos Estados Unidos e o guia canadense sugerem que a operação seja analisada quanto a um possível fechamento de mercado e quanto à possibilidade de colusão no mercado "upstream". Adicionalmente, o guia americano destaca a necessidade de que seja considerada a possibilidade de haver evasão da regulação no mercado downstream, quando for o caso. Já o guia australiano, além desses três pontos, destaca a necessidade de que sejam também observados se a operação permite que haja discriminação de preços e se um monopólio pré-existente em um dos mercados possa ser estendido para o mercado adjacente.

⁴⁰ Uma abordagem alternativa, desenvolvida por Ordoover, Saloner e Salop, mostra que, sob certas circunstâncias, é possível que determinadas integrações verticais gerem problemas à concorrência através do aumento dos custos das empresas rivais (artigo publicado na The American Economic Review, de março de 1990, intitulado "Equilibrium Vertical Foreclosure"). O aumento dos custos dos rivais estaria associado à redução no número de empresas desintegradas que permanecem no mercado "upstream" após a operação. Se esse número for tão reduzido que permita às firmas remanescentes neste mercado se comportarem monopolisticamente, poderá haver um aumento do preço desse insumo para as empresas no mercado "downstream" que não estiverem verticalmente integradas. Os autores concluem que a estratégia de fechamento de mercado somente será factível quando o ganho das firmas desintegradas no mercado

barreiras à entrada, o aumento dos custos dos rivais e a exclusão de empresas do mercado relevante, sendo que, em qualquer dos três casos apontados, resultará no aumento dos preços para o consumidor. Para que uma operação que envolva uma integração vertical possa levar ao fechamento de mercado e gerar problemas à concorrência, pelo menos três condições devem ser satisfeitas:

- a) em primeiro lugar, o grau de integração entre os dois mercados foco da análise deve ser de tal ordem que uma possível nova firma que queira entrar no mercado primário tenha que entrar ao mesmo tempo no mercado secundário;⁴¹
- b) em segundo, a necessidade da entrada no mercado secundário torne a entrada no mercado primário mais difícil e menos provável de ocorrer em um prazo inferior a dois anos; e
- c) em terceiro, as características vigentes no mercado primário favoreçam a existência de condutas anti-competitivas neste mercado.

37. A existência de parcela substancial de mercado que não esteja integrada em cada um dos mercados a serem analisados torna desnecessária a entrada simultânea nos dois mercados. Como já destacado anteriormente, o Grupo Telefônica, nas condições atuais, é o único fornecedor de infra-estrutura de telecomunicações para provedores de acesso discado à Internet no Estado de São Paulo.

38. **a.1) Fechamento no mercado "downstream"**. No que diz respeito ao possível fechamento do mercado "downstream", poderia se alegar que o serviço de provimento de acesso da Nutec não se utiliza de toda a infra-estrutura disponibilizada pela Telesp, ou seja, existe uma "oferta residual" bastante ampla. Como evidência, tem-se que há diversos outros provedores que também adquirem serviços e infra-estrutura da Telesp em São Paulo sendo que, inclusive, o maior provedor de Internet no Brasil, a empresa Universo Online, está sediada em São Paulo.

39. Assim sendo, não haveria, em tese, evidências de que uma empresa, para atuar no mercado de Internet, precisaria também entrar no mercado de telefonia fixa a fim de ofertar infra-estrutura telefônica para sua eventual subsidiária. Em novembro de 1999, por exemplo, a America Online, a maior provedora de acesso à Internet no mundo, passou a operar em várias cidades do Estado de São Paulo sem que fosse preciso adquirir ou estabelecer uma empresa telefônica.

40. Entretanto, há que se fazer algumas qualificações com relação à esta conclusão. Em primeiro lugar, não foram apresentados dados que confirmem que há realmente disponibilidade de infra-estrutura de telefonia em todas as cidades em que as empresas Telesp e Nutec estão presente. Em segundo, a existência de disponibilidade de infra-estrutura por parte da Telesp, por si só, não garante que esta seja ofertada de forma equânime para todos

"upstream" for superior à perda das firmas no mercado "downstream". Apesar de ser um problema tipicamente associado à concentração horizontal, há que se perceber que este é o resultado de um operação vertical.

⁴¹ Mercado primário é aquele que eventualmente possa suscitar dúvidas quanto aos efeitos anti-concorrenciais gerados pela operação. Já o mercado secundário se refere ao mercado adjacente.

os provedores. Como veremos mais adiante, para que isso aconteça, algumas condições adicionais devem estar presente. Em terceiro lugar, supondo que a infra-estrutura da Telesp seja disponibilizada em condições desiguais, os provedores concorrentes à Nutec não teriam, até o presente momento, outra alternativa senão submeterem-se às condições apresentadas pela Telesp. Portanto, supondo que a Telesp adote uma estratégia de fechamento de mercado, uma empresa que quisesse entrar no mercado de provimento de acesso discado à Internet, em São Paulo, deveria também fazê-lo simultaneamente no mercado de infra-estrutura de telecomunicações para provedores de acesso.

41. A entrada simultânea nos dois mercados em um prazo inferior a dois anos, entretanto, é improvável., pois o risco da entrada nos dois mercados é muito maior do que a entrada apenas no mercado de provimento de acesso à Internet. Isso se deve, em parte, ao aumento do capital requerido para a entrada simultânea, à exigência de maiores custos irrecuperáveis (propagandas, especificidades de ativos, etc.) e ao nível de conhecimento exigido no mercado de infra-estrutura de telefonia. Ademais, apesar de não haver dados claros que mostrem as diferenças entre as escalas mínimas eficientes, parece razoável supor que uma planta minimamente eficiente de infra-estrutura de telefonia seja muito superior à escala mínima necessária para a operação de um provedor de acesso à Internet. Note-se que não temos conhecimento de nenhum caso em que a entrada no mercado de provimento de acesso tenha sido acompanhada da entrada no mercado de infra-estrutura de telefonia. Finalmente, a própria Lei Geral das Telecomunicações, LGT, (Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997) restringe a entrada de novas empresas no mercado de infra-estrutura de telefonia fixa até o final de 2001.

42. Nestas condições, o fechamento de mercado poderia implicar problemas de concorrência em mercados de provimento de acesso discado à Internet com alto grau de concentração onde as condições de mercado favoreçam o exercício do poder de mercado. Dado os vários mercados relevantes geográficos em que as empresas requerentes estão presentes, não foi possível obter informações conclusivas individuais. Sabe-se que, em mercados maiores, como por exemplo São Paulo, o grau de concentração tende a ser menor e as demais condições tendem a dificultar o exercício do poder de mercado. Já nas pequenas cidades, não se pode afirmar o mesmo. Assim sendo, não há como garantir *a priori* que esta operação não possa gerar problemas de concorrência em algumas cidades menores. Por outro lado, as três condições aqui destacadas são apenas necessárias, mas não suficientes, para o favorecimento do exercício do poder de mercado. Existem outros fatores que, como destacado mais adiante, poderiam determinar o comportamento anti-competitivo por parte das empresas requerentes.

43. **a.2) Fechamento no mercado "upstream"**. No que diz respeito ao possível fechamento do mercado de infra-estrutura telefônica (mercado "upstream"), as condições de entrada, como já ressaltado anteriormente, dependem, até o final de 2001, da regulação estatal. Até essa data, A Lei Geral de Telecomunicações determina que a concorrência seja limitada a duas operadoras de telefonia fixa por estado, o chamado duopólio. Somente as concessionárias (Telemar, Brasil Telecom, Telefônica e Embratel) e empresas-espelho (Vésper, GVT e Intelig) podem atuar, segundo o Plano Geral de Outorgas. Em municípios

sem previsão de atendimento pela empresa autorizada na região do PGO, poderão operar ainda as empresas chamadas espelinhos.⁴² A partir de 2002, haverá abertura geral à concorrência, regulada por vários artigos do PGO, com ressalvas de alguns dispositivos da LGT. Sendo assim, não existe umnexo causal entre a presente operação e a impossibilidade de que novas empresas entrem neste mercado.

44. Há que se destacar ainda que a demanda dos provedores de Internet por infraestrutura telefônica representa uma parcela relativamente baixa do faturamento das empresas de telefonia.⁴³ Neste sentido, é pouco provável que a entrada no mercado de infraestrutura de telefonia, quando permitida pela legislação, dependa da demanda das empresas de provimento de acesso à Internet.

45. **b) Extensão do poder de monopólio.** Em determinadas circunstâncias, uma firma com poder de mercado em um dos níveis da cadeia produtiva (ou distributiva) pode estender este poder para o mercado verticalmente relacionado, reduzindo assim a competição. Isto ocorre por meio da discriminação das condições de acesso ao insumo básico ou mesmo pela recusa em fornecê-lo. Como exemplo de discriminação, podemos citar estratégias de fixação de preços que possam implicar efeitos anticompetitivos, tais como preço predatório, subsídio cruzado ou o mesmo a compactação de preços/margens no mercado *downstream* (“price squeezing”).⁴⁴ Dadas as especificidades da presente operação, a terceira questão é a mais relevante.

46. A compactação de preços/margens ocorre quando um empresa verticalmente integrada, e dominante no mercado “upstream”, coloca as suas concorrentes no mercado “downstream” em condições desvantajosas, através da compressão dos preços ou das margens dos seus competidores. Isto pode se dar através do aumento do custo do insumo principal ou mesmo via redução do preço praticado por sua subsidiária no mercado “downstream”. Note-se que, apesar da perspectiva de se incorrer em perdas no mercado “downstream”, existe a possibilidade de que a receita total da firma verticalmente integrada não se altere ou mesmo aumente.

47. Para que a estratégia de extensão do monopólio seja bem sucedida e gere problemas sob o ponto de vista da concorrência, duas condições devem ser satisfeitas: em primeiro lugar, ela deve implicar aumento de lucros para a empresa verticalizada e, em segundo,

⁴² Ver, por exemplo, Valor Online (Valor Econômico – www.valoronline.com.br), n.º 21, de 30/5/2000. “Edital para novas operadoras deve atrair grandes empresas; segundo consultor, espelinhos atraem US\$ 1,5 bilhão”

⁴³ Mesmo sem dados disponíveis com respeito ao percentual do faturamento de empresas de telefonia com a oferta de infraestrutura a provedores de Internet, o número muito superior de assinantes de linhas telefônicas em relação a usuários do acesso discado à Internet faz supor que o faturamento com os serviços de infraestrutura a provedores seja bastante menor.

⁴⁴ A estratégia de preço predatório consiste em deliberadamente cobrar preços inferiores àqueles que vigorariam em mercados competitivos, incorrendo em perdas de curto prazo, tendo por objetivo eliminar concorrentes do mercado e, assim, cobrar preços mais elevados no futuro. Já o subsídio cruzado ocorre quando uma empresa usa a receita auferida em um dos mercados em que atua para subsidiar suas vendas em outros mercados. Quando uma empresa usa as receitas derivadas de um mercado em que ela tem posição dominante, isto poderá eventualmente representar um problema de concorrência.

implicar "perda de eficiência alocativa" para a sociedade e conseqüente redução do bem-estar econômico.⁴⁵ A teoria econômica mostra que, apenas nos casos em que o insumo básico possa ser utilizado em proporções variáveis, a estratégia de extensão do monopólio será lucrativa. Ademais, mesmo nestes casos, o resultado final sobre o bem-estar econômico irá depender de algumas variáveis, como por exemplo da elasticidade da demanda.⁴⁶

48. No caso em análise, é possível supor que um provedor de acesso discado à Internet possa utilizar-se de proporções variáveis de insumo (infra-estrutura de telecomunicações) na prestação de seus serviços. Por exemplo, o provedor pode disponibilizar uma menor quantidade de portas de comunicação ou linhas telefônicas a seus usuários, ainda que isso signifique queda na qualidade do serviço. De qualquer forma, importa ressaltar que, embora não se tenha evidência da utilização de proporções variáveis, o provimento de acesso discado à Internet não requer necessariamente proporções fixas de insumos.

49. Há que se notar que a infra-estrutura telefônica é um dos principais insumos para o provimento de acesso discado à Internet. Assim, a sua oferta em condições equânimes é fator chave para se garantir o ambiente competitivo entre os provedores estabelecidos no mercado.⁴⁷ Dada a situação atual de, na prática, ser o único fornecedor no mercado de fornecimento de infra-estrutura telefônica para provimento de acesso discado à Internet no Estado de São Paulo, a Telesp poderia praticar preços diferenciados, diferenciar qualidade ou mesmo condições de pagamento entre provedores concorrentes da Nutec, estratégias que equivaleriam a aumentar os custos dos rivais.⁴⁸

50. Entretanto, é importante destacar que, para uma companhia telefônica, é, **em tese**, vantajoso competir por um maior número de provedores (mesmo que rivais da empresa adquirida) que utilizem seus insumos de telefonia, pois o aumento do tráfego na rede gerado pelos usuários dos provedores de Internet tende a ser uma fonte adicional de receita para essas empresas. Assim, na hipótese de que houvesse outras empresas que fornecessem infra-estrutura telefônica para provimento de acesso à Internet no Estado de São Paulo, não seria razoável supor que a Telesp aumentaria o custo de insumos a provedores rivais à Nutec, pois isso os incentivaria a migrar, assim que possível, para outro fornecedor.

51. Da mesma forma, a legislação hoje vigente determina que haja um esquema de compensação entre as empresas de telefonia quando houver um desbalanceamento entre ligações recebidas e retransmitidas de outras telefônicas, em favor da companhia que tiver

⁴⁵ A perda de eficiência alocativa, ou perda de peso morto, é representada pela redução da quantidade ofertada e pelo aumento de preços dos serviços fornecidos para o consumidor.

⁴⁶ Para maiores detalhes ver, por exemplo, Viscusi, W. K.; Vernon, John M. e Harrington, Joseph E. "Economic of Regulation and Antitrust" Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1995, 2a ed., cap. 8, pp.235-239; e Carlton, D. e Perloff, J. "Modern Industrial Organization". New York, Harper Collins College Publishers, 1994, 2a ed. Carlton & Perloff, capítulo 13, pp. 509-18.

⁴⁷ O mesmo argumento vale para aquelas firmas que queiram entrar no mercado.

⁴⁸ Segundo literatura recente, monopolistas em um setor verticalizado possuem incentivos para aumentar os custos dos rivais, sobretudo nos mercados caracterizados por estruturas de redes, que exigem consideráveis investimentos em infra-estrutura, como telefonia e software. ECONOMIDES, N. "Raising Rival Costs in Complementary Goods Markets: LEC Entering into Long Distance and Microsoft Bundling Internet Explorer", March 1998. (<http://raven.stern.nyu.edu/networks/>).

relativamente mais ligações retransmitidas de outras empresas.⁴⁹ Sendo assim, não se justificariam ações da Telesp que visassem aumentar os custos dos provedores rivais, mas sim oferecer infra-estrutura de telefonia adequada a fim de atrair outros provedores não membros do grupo para sua rede. Deve ainda ser lembrado que a maioria dos assinantes de serviço de telefonia fixa em São Paulo está ligada à Telesp e, portanto, quanto maior o número de provedores usando a infra-estrutura de outras telefônicas, maior a probabilidade de que a Telesp seja obrigada a repassar parte dos rendimentos gerados com a ligação de seus clientes.

52. Os pontos destacados nos dois parágrafos anteriores seriam suficientes para garantir que a Telesp não colocará os rivais da empresa Nutec em desvantagem apenas se estes últimos tivessem outras opções de fornecimento de infra-estrutura para provimento de acesso à Internet. Entretanto, até o presente momento, não se tem evidência de outra empresa que esteja oferecendo o mesmo serviço que a Telesp no Estado de São Paulo. A Vésper, espelho da Telesp, não se constitui ainda em uma alternativa aos serviços prestados pela Telesp a provedores de acesso à Internet.⁵⁰ Adicionalmente, há que se lembrar que qualquer suposição a respeito de uma possível entrada alternativa nos dois mercados ao mesmo tempo, como já destacado anteriormente, se mostra, no mínimo, duvidosa.

53. Poder-se-ia ainda alegar que tanto a LGT, em seu art. 61, § 2º, quanto a norma 04/95⁵¹, e outras, proíbem a discriminação pelos ofertantes do uso das redes públicas de telecomunicações.⁵²

54. Há que se destacar, entretanto, que a norma 04/95 estabelece genericamente a necessidade de critérios isonômicos no fornecimento de serviços prestados, não sendo específica quanto às possibilidades de tratamento diferenciado com relação aos concorrentes

⁴⁹ As interconexões entre redes de prestadoras de serviço de telecomunicação são regidas pela Lei Geral de Telecomunicações, pelo Regulamento Geral de Interconexão, aprovado pela resolução n.º 40, de 23 de julho de 1998 (RGI), pelos regulamentos e normas específicas de cada serviço e, particularmente, pelos contratos de interconexão celebrados entre as prestadoras e homologados pela ANATEL. A norma 33/98, de 13.07.98, trata da remuneração pelo uso das redes das prestadora.

⁵⁰ A Vésper S.A., empresa espelho de telefonia fixa, iniciou suas atividades em janeiro de 2000 em 44 municípios, incluindo capitais de 17 estados do Brasil, nas regiões Sudeste, Norte e Nordeste. A empresa adquiriu em leilão a licença para operar na Região I em fevereiro de 1999 e para a Região III em maio de 1999, por meio do consórcio formado pela Bell Canada International (34%), VeloCom (49,4%) e a Qualcomm (16,2%). Em abril de 2000, o consórcio anunciou a unificação da gestão da Vésper São Paulo (Região III) e da Vésper S.A. (Região I). Informações obtidas no site www.vesper.com.br.

⁵¹ Ver Norma 04/95, item 5.3, que determina que os meios da Rede Pública de Telecomunicações deverão ser providos sem discriminação a todos os Provedores de Serviços de Conexão à Internet (PSCI) em qualquer ponto do território nacional observadas as condições técnicas e operacionais disponíveis. Informações obtidas no site www.anatel.gov.br.

⁵² Sobre um panorama da competição e da regulação do setor de telecomunicações no Brasil após as privatizações ver FIANI, R. “Uma Abordagem Abrangente da Regulação de Monopólios: Exercício Preliminar Aplicado às Telecomunicações”, *Planejamento e Políticas Públicas*, n. 19, IPEA, Brasília, junho 1999 e PIRES, J. L. C. “Políticas Regulatórias no Setor de Telecomunicações: A Experiência Internacional e o Caso Brasileiro”, *BNDES Textos para Discussão* n. 71, Rio de Janeiro, Set. 1999, particularmente a parte 4.2 “O Caso Brasileiro – Regulação da Concorrência”.

(por exemplo, quanto ao compartilhamento de receitas geradas pelo uso da Internet).⁵³ Em outras palavras, haveria, entre outras, a possibilidade de que a Telesp repassasse parte dos rendimentos obtidos com os pulsos gerados pelos assinantes de provedores de Internet apenas a sua empresa coligada, a Nutec, criando uma nítida desvantagem para os demais provedores.

V - RECOMENDAÇÃO.

55. A aquisição da Nutec Informática S/A pelas empresas Telefônica Interactiva S/A e RBS Administração e Cobrança S/A não envolve relações horizontais, tendo em vista que a Telefônica Interactiva não atuava no setor de serviços relacionados à Internet no momento da operação.

56. A análise das relações verticais entre as requerentes, no entanto, sugere a preocupação com um possível tratamento discriminatório dispensado pela Telesp às empresas concorrentes de sua subsidiária Nutec, no que se relaciona ao fornecimento de infra-estrutura de telecomunicações a provedores de acesso discado à Internet em algumas localidades do Estado de São Paulo. Um possível compartilhamento das receitas advindas do fluxo gerado à Telesp com as chamadas telefônicas dos usuários da Nutec ilustra esse tipo de tratamento. Outras possíveis vantagens técnicas ou comerciais poderiam ainda servir de exemplos. Há que se lembrar que, atualmente, não há opção alternativa à Telesp para o fornecimento dessa infra-estrutura de telecomunicações no Estado de São Paulo. Da mesma forma, a própria Lei Geral das Telecomunicações impede, até o final de 2001, a entrada de novas empresas neste mercado. A exceção é o caso da Vésper que, no entanto, até o momento, oferece a provedores apenas os serviços de linha dedicada por intermédio da subcontratação de circuitos de terceiros, pois ainda não dispõe de rede própria de circuitos.

57. Note-se, entretanto, que há argumentos que sustentam que a prática de discriminação de preços poderia trazer benefícios aos usuários finais. O mais relevante deles é o que explica haver usuários (provedores) que geram menores custos por unidade de serviço prestado às operadoras, em virtude do volume de tráfego que demandam. Em decorrência disso, poderiam merecer descontos ou outra forma de incentivo. Por exemplo, quando novos produtos/serviços fossem lançados, seria um comportamento competitivo normal oferecê-los com desconto, a fim de se montar rapidamente uma base de clientes. Dessa forma, a permissão da prática de discriminação de preços levaria a resultados baseados em regras de mercado.

58. No caso australiano, por exemplo, o regime regulatório permite que as operadoras e os provedores de serviços, inclusive provedores de acesso à Internet, pratiquem a

⁵³ O item 7.1 apenas estabelece que as EESPT (Entidades Exploradoras dos Serviços Públicos de Telecomunicações), ao fixar os valores a serem praticados para o seu SCI (Serviço de Conexão à Internet), devem considerar na composição dos custos de prestação do serviço, relativamente ao uso dos meios da Rede Pública de Telecomunicações, os mesmos valores por ela praticados no provimento de meios a outros PSCIs.

discriminação de preços, sem levar em consideração o grau de poder de mercado dessas empresas. Ainda que isso possa estar em desacordo com os princípios da OMC, o parlamento australiano decidiu que a indústria de telecomunicações daquele país já havia atingido um nível de competição neste setor que permitiria a desregulação e a revogação da proibição da prática de discriminação de preços.⁵⁴

59. Há que se observar, entretanto, que este não é ainda o caso brasileiro e, em particular, não se aplica ao Estado de São Paulo. Como já ressaltado, a Telesp é, na prática, a única empresa que atua neste mercado, e o Plano Geral de Metas⁵⁵ prevê novas autorizações a empresas prestadoras do serviço telefônico fixo comutado somente a partir de 31 de dezembro de 2001, quando “deixará de existir qualquer limite ao número de prestadoras” (Art. 10, caput). A mesma regra se aplica às prestadoras para as quais já foram conferidas autorizações, desde que tenham cumprido integralmente obrigações assumidas em decorrência de licitação ou contrato de concessão. (Art. 10, § 1º e 2º).

60. Ademais, além dos aspectos estáticos da referida operação, do ponto de vista dinâmico, há também que se ressaltar outra característica potencialmente danosa que exige maiores cuidados.

61. A dinâmica tecnológica do setor, dominada pelo fenômeno da “convergência digital”⁵⁶, implica a necessidade de mudanças no modelo de negócios das empresas envolvidas em telefonia fixa tradicional. Recente estudo do BNDES⁵⁷ mostrou que:

“(…) os serviços de telefonia fixa – praticamente a única fonte de renda das operadoras e que lhes garantiam grande rentabilidade – estão perdendo espaço relativo nas receitas das operadoras para novos serviços de maior potencial de crescimento e rentabilidade, como telefonia móvel, dados e Internet, importantes para a captação e fidelização de clientes e para o aumento da receita média por assinante.”

62. Disso pode-se inferir a relevância estratégica, para as operadoras de telefonia, de aquisições no setor de serviços relacionados à Internet. Deriva-se também que a geração de tráfego telefônico pelos acessos à Internet pode não ser o único elemento sinérgico que tais empresas enxergam nestas aquisições. A situação final é mais preocupante a médio prazo

⁵⁴ “Internet Interconnection: Factors affecting commercial arrangements between network operators in Australia” The Australian Competition & Consumer Commission (ACCC), Discussion Paper, 17 de fevereiro de 2000, p. 87.

⁵⁵ 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

⁵⁶ Por “convergência digital” entende-se, na verdade, muito mais que um “casamento” entre várias tecnologias, a assimilação de todas as formas de mídia por uma tecnologia só, a dos computadores digitais, que são um sistema tecnológico composto de circuitos integrados, suplementados por componentes fotônicos (fibras óticas e lasers) e aplicações de software. (Cf. Digital Convergence and its Consequences, Mueller, Milton L., disponível em <http://www.digital-convergence.org>).

⁵⁷ “FUSÕES E AQUISIÇÕES NO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES: CARACTERÍSTICAS E ENFOQUE REGULATÓRIO”, José Claudio Linhares Pires e Adely Branquinho das Dores, Textos para Discussão no. 83, outubro de 2000, BNDES.

porque, no caso da telefonia fixa, vigora o problema da “última milha”, a barreira à entrada no mercado de provimento de acesso à Internet, resultante da extrema capilaridade da rede física necessária para viabilizar um competidor, na inexistência ou ineficácia de acordos de compartilhamento. Embora o contexto tecnológico no qual operam as empresas provedoras de acesso à Internet tenha se transformado com muita rapidez, o que impõe ao regulador cautela quanto às decisões a serem tomadas, não se pode prever com exatidão o momento em que o uso de novas tecnologias venha assegurar a competição entre as empresas, sejam elas verticalizadas ou não.

63. Assim, pode-se vislumbrar pelo menos três caminhos a fim de se equacionar essas questões:

- a) propor a desaprovação da operação, cujo impacto no mercado, dada a já mencionada carência de elementos para uma análise precisa, não pode ser mensurado no presente;
- b) propor a simples aprovação da operação, que implicaria aceitar, sem restrições, qualquer possibilidade de discriminação aos concorrentes da NUTEC; e
- c) propor a aprovação do ato com a aplicação de uma cláusula às requerentes de não discriminação, em que pese o custo do monitoramento imposto ao sistema de defesa da concorrência.⁵⁸

64. Diante do exposto, sugere-se que a aprovação do ato ocorra com o compromisso de o Grupo Telefônica em manter um tratamento isonômico com relação ao fornecimento da infra-estrutura de telecomunicações anteriormente definida, em todos os seus aspectos, inclusive no que diz respeito ao compartilhamento de receita, aos concorrentes da Nutec por três anos, sob o monitoramento da autoridade antitruste. Entende-se que esse período de tempo contempla tanto a previsão legal para a entrada de novas operadoras de telecomunicações no mercado, como também pressupõe um prazo para o desenvolvimento tecnológico do setor, cuja transformação pode, eventualmente, difundir o emprego de uma solução perfeitamente substituta à infra-estrutura utilizada atualmente pelos provedores de acesso discado à Internet. Ao término desse período, propõe-se que a autoridade antitruste leve a cabo uma revisão do desenvolvimento tecnológico com referência à infra-estrutura em questão, das condições mercadológicas e do histórico da conduta concorrencial da Telesp neste mercado a fim de que se possa decidir quanto à revogação ou não dos termos da cláusula acordada. Sugere-se ainda que seja publicado um sumário desta decisão em jornal de grande circulação nacional, pois acredita-se que a ampla publicidade contribuirá para amenizar o custo de monitoramento da cláusula proposta pela autoridade antitruste.

⁵⁸ Muitas críticas têm sido feitas à recente solução dada pelo FTC ao caso AOL - Time/Warner, nos Estados Unidos, devido à determinação de que seja nomeado um monitor que verifique todas as ações tomadas pelas empresas após a concentração. Ver, por exemplo, a matéria “Who will watch AOL’s Watchdog?”, publicada pela revista BusinessWeek, Latin American Edition, de 8 de janeiro de 2001, página 31.

À consideração superior.

GLAUCO AVELINO SAMPAIO OLIVEIRA
Assistente Técnico

LUÍS HENRIQUE D'ANDREA
Coordenador

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico

Anexo 01

Empresas do Grupo Telefônica no Brasil, na época da operação.

Empresas	Atividades	Áreas de atuação
1. Tele Brasil Sul Participações S/A	Holding detentora de ações de emissão da Companhia Riograndense de Telecomunicações –CRT; ações de emissão da Celular CRT Participações S/A	-----
2. Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT	Serviço Telefônico Fixo Comutado (“STFC”)	Estado do Rio Grande do Sul, exceto os municípios integrantes do setor 30 ⁱ
3. Celular CRT Participações	Holding detentora de ações de emissão da CRT Celular S/A	-----
4. Celular CRT S/A	Serviço Móvel Celular (“SMC”)	Área 5 e 6 (Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul)
5. SP Telecomunicações Holding S/A	Holding detentora de ações de emissão da Telecomunicações de São Paulo S/A – Telesp	-----
6. Telecomunicações de São Paulo S/A – Telesp	STFC	Estado de São Paulo, exceto os municípios integrantes dos Setores 32, 33 e 34 ⁱⁱ
7. Iberoleste Participações S/A	Holding detentora de ações de emissão da Tele Leste Celular Participações S/A	-----
8. Tele Leste Celular Participações S/A	Holding detentora de ações de emissão da Telebahia Celular S/A e Telesergipe Celular S/A	-----
9. Telebahia Celular S/A	SMC	Área 9 (Estados da Bahia e Sergipe)
10. Telergipe Celular S/A	SMC	Área 9 (Estados da Bahia e Sergipe)
11. Sudestecel Participações S/A	Holding detentora de ações de emissão da Telerj Celular S/A e Telest Celular S/A	-----
12. Tele Sudeste Celular Participações	Holding detentora de ações de emissão da Telerj Celular S/A e Telesp Celular S/A	-----
13. Telerj Celular S/A	SMC	Área 3 (Estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo)
14. Telest Celular S/A	SMC	Área 3 (Estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo)
15. 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	-----
16. Intertelefonica do Brasil Ltda.	Holding detentora de ações de emissão da Portelcom Participações S/A	-----
17. Portelcom Participações S/A	Holding detentora de ações de emissão da Telesp Celular Participações S/A	-----
18. Telesp Celular Participações S/A	Holding detentora de ações de emissão da Telesp Celular S/A	-----

19. Telesp Celular S/A	SMC	Área 2 (Estado de São Paulo, excluídos os municípios contidos na Área 1 ⁱⁱⁱ)
20. Atento Brasil S/A	Call center e tele-atendimento	-----
21. Telefônica Data do Brasil Ltda.	Empresa não operacional	-----
22. Telefônica Publicidade e Informação Ltda.	Contratação da edição de listas telefônicas	-----
23. Telefônica Interactiva Brasil Ltda.	Holding detentora de ações de emissão da Terra Networks Brasil S/A	-----
24. Telefônica SAM Ltda.	Empresa não operacional	-----
25. Centrais Telefônicas de Ribeirão Preto S/A – Ceterp	STFC	Municípios de Guataporá e Ribeirão Preto (área n.º 32)
26. Ceterp Celular S/A	SMC	Área 2 (Estado de São Paulo, excluídos os municípios contidos na Área 1 ⁱⁱⁱ)
27. Trilha Sistema de Comunicação Ltda.	Call center e tele-atendimento	-----
28. Segóvia 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 Turucu, 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, Guaíra, Guará, Ipuã, Ituverava, Jardinópolis, Miguelópolis, Morro Agudo, Nuporanga, Orlândia, Ribeirão Corrente, Sales de Oliveira, Santa Cruz da Esperança, Santo Antônio da Alegria, São Joaquim da Barra. **A área geográfica 34** incluem os seguintes municípios do Estado de São Paulo: Cubatão, Mogi das Cruzes, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra e Suzano;
 [iii] – Área Geográfica 1 compõe os seguintes municípios pertencentes ao Estado de São Paulo: Alumínio, Araçariguama, Arujá, Atibaia, Barueri, Biritiba-Mirim, Bom Jesus dos Perdões, Bragança Paulista, Cabreúva, Caieiras, Cajamar, Campo Limpo Paulista, Carapicuíba, Cotia, Dadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Igaratá, Itapeverica da Serra, Itapeví, Itaquaquecetuba, Itatiba, Itú, Itupeva, Jandira, Jarinu, Joanópolis, Jundiaí, 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.

Anexo 02

Localidades de atuação da Nutec, na época da operação

LOCALIDADE	INÍCIO DAS ATIVIDADES	TIPO DE EMPRESA
Anápolis - GO	Mar/98	Franquia*
Aracaju-SE	Jul/97	Franquia
Araçatuba-SP	Jan/97	Franquia
Aracruz-ES	Jan/98	Franquia
Araxá-MG	Dez/98	Franquia
Balneário Camboriú-SC	Jun/99	Franquia
Belém-PA	Jan/96	Franquia
Bento Gonçalves-RS	Dez/97	Empresa**
Biriqui-SP	Jan/99	Franquia
Blumenau-SP	Dez/95	Empresa
Botucatu-SP	Mar/98	Franquia
Bragança Paulista-SP	Mar/99	Franquia
Brasília-DF	Set/95	Franquia
Brusque-SC	Jan/98	Franquia
Cáceres-MT	Ago/97	Franquia
Cachoeiro de Itapemirim-ES	Jan/99	Franquia
Campina Grande-MS	Ago/97	Franquia
Cascavel-PR	Ago/96	Franquia
Catanduva-SP	Out/97	Franquia
Caxias do Sul-RS	Mai/97	Franquia
Colatina-ES	Jun/98	Franquia
Criciúma-SC	Mar/96	Empresa
Cuiabá-MT	Set/98	Franquia
Curitiba-PR	Jan/97	Empresa
Dourados-MS	Mar/98	Franquia
Farroupilha-RS	Nov/98	Empresa
Florianópolis-SC	Jun/98	Empresa
Fortaleza-CE	Set/98	Franquia
Gaspar-SC	Jan/98	Franquia
Goiânia-GO	Mar/96	Franquia
Guararapes-SP	Jan/98	Franquia
Guarulhos-SP	Jul/98	Franquia
Indaial-SC	Set/98	Franquia
Itajaí-SC	Jan/99	Empresa
Itu-SP	Jul/98	Franquia
João Pessoa-PB	Abr/97	Franquia
Joinville-SC	Abr/97	Empresa
Juiz de Fora-MG	Jan/96	Franquia
Jundiá-SP	Jul/96	Franquia
Limeira-SP	Jan/98	Franquia
Macapá-AP	Ago/96	Franquia
Manaus-AM	Set/97	Franquia
Marília-SP	Abr/97	Franquia
Natal-RN	Ago/97	Franquia
Nitorói-RJ	Jan/99	Franquia

Novo Hamburgo-RS	Set/97	Empresa
Osasco-SP	Abr/97	Franquia
Palmas-TO	Ago/97	Franquia
Patrocínio-MG	Jan/99	Franquia
Pelotas-RS	Dez/96	Franquia
Penápolis-SP	Out/97	Franquia
Petrópolis-RJ	Jan/99	Franquia
Piracicaba-SP	Ago/97	Franquia
Porto Alegre-RS	Jan/95	Empresa
Porto Feliz-SP	Jan/99	Franquia
Praia Grande-SP	Ago/98	Franquia
Primavera do Leste-MT	Nov/98	Franquia
Recife-PE	Mai/98	Franquia
Resende-RJ	Jan/97	Empresa
Ribeirão Preto-SP	Jan/97	Franquia
Rio de Janeiro-RJ	Mar/96	Franquia
Rondonópolis-MT	Mar/98	Franquia
Salvador-BA	Jan/97	Franquia
Santana do Livramento-RS	Jan/98	Empresa
Santa Maria-RS	Out/97	Franquia
Santo André-SP	Dez/96	Franquia
Santos-SP	Dez/96	Franquia
São Carlos-SP	Abr/97	Franquia
São José do Rio Preto-SP	Dez/95	Franquia
São José dos Campos-SP	Abr/99	Franquia
São Luís-MA	Out/96	Franquia
São Paulo-SP	Nov/95	Empresa
Sinop-MT	Ago/98	Franquia
Sorocaba-SP	Jan/97	Franquia
Tangará-MT	Abr/97	Franquia
Teresópolis-RJ	Jan/99	Franquia
Tupã-SP	Mar/98	Franquia
Vitória-ES	Ago/96	Franquia
Votuporanga-SP	Mai/98	Franquia

* Franquias são empresas locais que assinaram contrato de franquia com a TERRA/ZAZ, com quem tem relação comercial estreita e exclusiva, regida pelo contrato.

** Empresas são independentes e possuem personalidade jurídica própria.

Presença do Grupo telefônica no Brasil

A presença do Grupo Telefônica na Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT) ocorreu inicialmente, em 1996, por intermédio de sua controlada Telebrasil Sul Participações S/A (TBS), com a aquisição de 262.352.653 ações ordinárias nominativas de emissão da CRT, representativas de 35% do capital votante da empresa. Posteriormente, num contrato assinado em 24 de junho de 1998, a TBS adquiriu, por meio de leilão público, 375.324.791 ações ordinárias de emissão da CRT, representativas de 50,12% de seu capital votante. Com essa aquisição, a TBS somou 85,19% de ações com direito a voto na CRT.

Estrutura do capital social da CRT em 30.06.1999

ACIONISTAS	ON	%	PN	%	TOTAL	%
TBS PARTICIPAÇÕES S/A	637.677.444	85,19	16.821.703	1,27	654.499.147	31,56
Telefônica Internacional S/A	337.522.672	45,09	8.903.728	0,67	346.426.400	16,70
Portelcom Fixa S/A	146.665.812	19,59	3.868.992	0,29	150.534.804	7,26
Iberdróla Investimentos Sociedade Unipessoal Ltd.	44.637.421	5,96	1.177.519	0,09	45.814.940	2,21
Banco Bilbao Vizcaya	44.637.421	5,96	1.177.519	0,09	45.814.940	2,21
TELEPARBS Participações S.A.	40.428.750	5,40	1.066.496	0,08	41.495.246	2,00
Compañia de Telecomunicaciones de Chile S.A.	16.643.381	2,22	439.046	0,03	17.082.427	0,82
Telefônica de Argentina S.A.	7.141.987	0,95	188.403	0,01	7.330.390	0,35
TELE CENTRO SUL PARTICIPAÇÕES S/A	59.966.889	8,01	955.180	0,08	60.922.069	2,94
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	30.700.000	4,10	388.441	0,03	31.088.441	1,50
EMPREGADOS	15.553.000	2,08	0	0,00	15.553.000	0,75
OUTROS	4.662.355	0,63	1.307.107.623	98,62	1.311.769.978	63,25
TOTAL DE AÇÕES	748.559.688	100,00	1.325.272.947	100,00	2.073.832.635	100,00
TOTAL POR TIPO DE AÇÕES	36,10		63,90		100,00	

Fonte: página da CRT na Internet (www.crt.net.br/investidores/relatorios/portugues/cmt1199.htm)

Em 29 de junho de 1998, a TBS, que já controlava a CRT, adquiriu o controle da Telesp Participações S/A, controladora da Telecomunicações de São Paulo S/A (Telesp), como resultado do leilão das empresas federais de telecomunicações realizado na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro. O quadro abaixo mostra as participações acionárias na Telesp:

Composição acionária da Telebrasil Sul Participações S.A. em junho de 1999

TELE BRASIL SUL PARTICIPAÇÕES S/A:	Participação %

Telefônica Internacional S/A (TISA)	52,93
Portelcom Fixa S/A	23,00
Banco Bilbao Vizcaya	7,00
Iberdrola Investimentos S.U.L	7,00
Teleparbs Participações S/A	6,34
CTC Internacional S/A	2,61
Telefônica de Argentina S/A (TASA)	1,12

Fonte: Anatel

Entretanto, como o Plano Geral de Outorgas do Serviço de Telecomunicações prestado no regime público, aprovado pelo Decreto Federal n.º 2.546, de 14.04.98, estipula em seu artigo 14 que a obtenção de concessão em determinada região por empresa já concessionária do serviço telefônico fixo comutado, sua coligada, controlada ou controladora, implica a obrigatória transferência a outrem de contrato de concessão detido em outra região, no prazo máximo de 18 meses, contado da data de obtenção da concessão, a Anatel, por meio do Ato n.º 672, de 03.08.98, determinou que a TBS deixasse de ser controladora, controlada ou coligada de concessionária do sistema de telefonia fixo comutado na região da CRT, ou seja, o território correspondente ao estado do Rio Grande do Sul, exceto os Municípios de Pelotas, Capão do Leão, Morro Redondo e Turuçu, região II, setor 29 segundo o Plano Geral de Outorgas, aprovado pelo decreto n.º 2.534, de 02.04.98 e publicado no DOU de 03.04.98.

Participações da Telebrasil Sul Participações S.A. – TBS

Empresa	Capital	Participação %
Companhia Riograndense de Telecomunicações – CRT	Votante	85,16
	Total	32,22
Telesp Participações S.A.	Votante	51,79
	Total	19,26

Fonte: Anatel

Tendo em vista que o prazo de transferência do controle acionário da CRT venceria em 04.02.2000, a Anatel editou o Ato n.º 6196 em 01/01/2000, determinando medidas acautelatórias e, especialmente, a suspensão nas deliberações da CRT, a partir de 5 de fevereiro, do exercício do direito de voto ou de veto da TBS, ou de suas controladoras, estabelecido em Acordo de Acionistas ou em instrumento particular. O mesmo Ato ainda fixou o prazo de até 45 dias, contados a partir de 5 de fevereiro de 2000 para que a TBS

depositasse em fundo fideicomisso as ações com direito a voto, representativas do capital da CRT.

Em 17 de março de 2000, o Conselho Diretor da Anatel baixou ato especificando as características do fundo fideicomisso a ser constituído a partir do dia 21 de março, caso a Telebrasil Sul-TBS não se desfizesse de suas ações na CRT. O fundo deveria ser gerido por instituição financeira constituída como empresa brasileira e teria poderes especiais para alienar as ações com direito a voto da TBS na CRT. O fundo não teria direito de voto ou veto nas deliberações da CRT, devendo alienar as ações no prazo de 90 dias, a contar do dia 21 de março. As ações pertencentes à TBS foram depositadas em 21 de março em um fundo administrado pelo banco Crédito Suisse First Boston Garantia.

Em 28 de julho de 2000, a assembléia geral extraordinária dos acionistas da Tele Centro Sul (antiga denominação da Brasil Telecom) aprovou a compra da CRT. Em 31 de julho, a Brasil Telecom e a TBS assinaram o contrato de compra e venda da CRT na Anatel em Brasília.

Anexo 04

Considerações sobre o acesso gratuito e o compartilhamento de receitas

Embora muitos provedores de acesso discado à Internet tenham declarado a conquista de quantidade expressiva de usuários, nota-se nos últimos meses uma grande preocupação com a estabilidade dessas empresas quanto à manutenção de suas receitas.

Em particular tem chamado a atenção o caso dos provedores de acesso gratuito, em que se tem constatado uma grande dificuldade para que essas empresas estabeleçam um padrão de viabilidade econômica. Comparando-se os provedores gratuitos existentes nos Estados Unidos, em alguns países da Europa e no Brasil, observa-se, grosso modo, que um formato seguro de continuidade para essas empresas no mercado pode passar pela existência de uma fonte estável de receitas derivadas do compartilhamento com operadoras de telefonia dos ganhos auferidos no tráfego gerado pelos usuários no acesso à Internet.

O modelo mais estável encontra-se na Inglaterra, pois, naquele país, a regulação determina que a British Telecom, operadora dos serviços de telefonia fixa local, compartilhe com os provedores de acesso à Internet a receita auferida com as ligações feitas por intermédio dos números especiais utilizados para acessar esses provedores locais. Segundo um consultor da Jupiter Communications, uma consultoria em telecomunicações, citado pela revista *The Economist*, as receitas de telefonia compartilhadas com o provedor Freeserve, por exemplo, cobre amplamente seus custos, o que faz com que outras receitas provindas da venda de espaço publicitário ou intermediação de comércio eletrônico sejam verdadeiros “bônus” para a empresa.⁵⁹

Na França, não há compartilhamento de receitas. Na Alemanha, a regulação determina o compartilhamento, mas em proporção menor que na Inglaterra. Nos Estados Unidos, não há o compartilhamento de receitas, porém, em muitas localidades, as chamadas telefônicas locais não são cobradas, o que seria um benefício aos provedores gratuitos. Mesmo assim, muitos provedores encontram dificuldades para permanecerem no mercado

⁵⁹ *The Economist*, 29 abril, 1999.

com as fontes de receitas tradicionalmente utilizadas por essas empresas, quais sejam, a venda de espaço publicitário e o comércio eletrônico.

No Brasil, o modelo dos provedores gratuitos se assemelha, por um lado, ao utilizado nos Estados Unidos no que tange ao não compartilhamento das receitas. Por outro lado, se aproxima à Alemanha e à França, no que concerne às tarifas telefônicas locais. De modo geral, mesmo os maiores provedores têm tido dificuldade para encontrar estabilidade com as fontes de receita originalmente planejadas. Como exemplo, temos o maior provedor de acesso gratuito no país, o IG.

Nesse sentido, o modelo em que parte dos custos dos provedores sejam cobertos via o compartilhamento de receitas geradas pelas companhias telefônicas, pode representar um novo alento para que muitas das empresas, sejam elas provedoras de acesso gratuito ou não, permaneçam no mercado.

Dado um possível acirramento da competição, seja pela permanência de provedores pagos ou entrada de novos, seja pela viabilidade de um modelo rentável a provedores gratuitos, é possível que o resultado seja positivo para o usuário final, tanto por uma suposta melhora na qualidade do provimento, dada por novos investimentos no setor, quanto por uma possível queda dos preços das assinaturas advindo de um aumento da oferta de provedores do serviço.
