



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer n.º : 06083 /COGSE/SEAE/MF

Brasília, 13 de dezembro de 2002.

Referência: Ofício nº 3282 GAB/SDE/MJ, 18 de julho de 2002.

Assunto: Ato de Concentração nº 08012004878/2002-67

Requerentes: Editora Campus Ltda. e Negócio Editora Ltda.

Operação: Aquisição de 100% do capital da Negócio Editora pela Editora Campus.

Recomendação: Aprovação sem restrições.

Versão: Pública

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

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

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

A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça solicita à SEAE, nos termos do Art. 54 da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas Editora Campus Ltda. e Negócio Editora Ltda..

1. DAS REQUERENTES

1.1. Editora Campus Ltda..

1. A Editora Campus Ltda., doravante denominada Editora Campus¹, é uma sociedade brasileira que atua na manufatura e comércio de livros técnicos, científicos e profissionais, bem como obras gerais, nas formas impressas e eletrônicas. A empresa pertencente ao Grupo Elsevier Science², doravante denominado Elsevier, de nacionalidade holandesa.

2. O Grupo Elsevier é considerado um dos maiores grupos mundiais no ramo de informações técnicas e científicas, principalmente na prestação de informações *online* e publicações em medicina.

3. O capital da Editora Campus é dividido entre os seguintes quotistas:

QUADRO I

Quotista	Quotas	Participação no capital social
Elsevier Participações S/C Ltda.	4.928.999	99,99%
Sr. Cláudio Marcelo Rothmuller	1	0,01%
Total	4.929.000	100%

Fonte: Requerentes

¹ Com sede na Rua Sete de Setembro, n.º 111, 15º andar, na cidade do Rio de Janeiro - RJ

² Com sede em Amsterdã, Holanda.

4. O Grupo Elsevier somente atua no Brasil por meio da sua subsidiária Editora Campus, e não detém participação direta em qualquer outra sociedade com atuação nos demais países membros do Mercosul.

5. O faturamento da Editora Campus no Brasil, em 2001, foi de aproximadamente (**sigilo**), enquanto o Grupo Elsevier faturou no mundo, no mesmo ano, aproximadamente (**sigilo**)

1.2. Negócio Editora Ltda.

6. A Negócio Editora Ltda., doravante denominada NEL³, é uma sociedade brasileira especializada na editoração e comercialização de livros técnicos e profissionais, bem como obras gerais. A NEL não pertence a nenhum grupo controlador e não possui participação em qualquer outra sociedade.

8. O capital social da NEL é dividido entre os seguintes quotistas:

QUADRO II

Quotistas	Quotas	Participação no Capital Social
Marcelo Cândido de Melo	200.000	50%
Adriana Conti Barbur Cândido de Melo	200.000	50%
Total	400.000	100%

Fonte: Requerentes

9. O faturamento da NEL no Brasil, em 2001, foi de aproximadamente (**sigilo**)⁴, não apresentando faturamento em outros países.

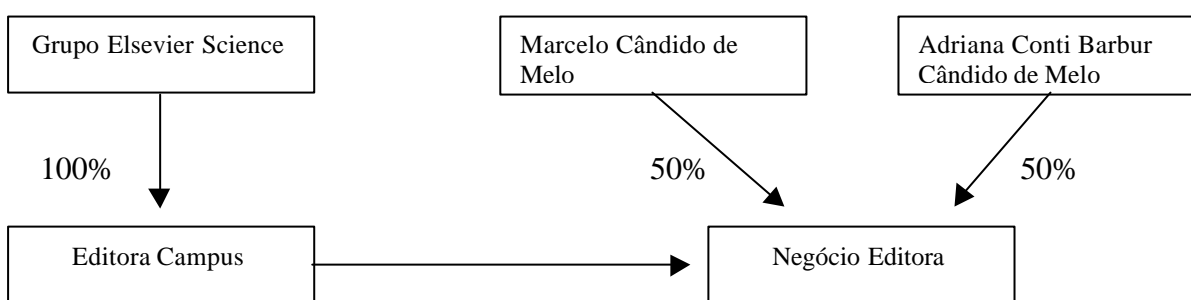
³ Com sede na rua Elvira Ferraz, n° 198, São Paulo – SP.

⁴ Fonte: Requerentes

2. DA OPERAÇÃO

10. A operação foi exclusivamente realizada no Brasil e consiste na aquisição pela Editora Campus da totalidade do capital social da NEL. **(sigilo)**

11. O organograma abaixo ilustra as alterações ocorridas nas estruturas dos grupos envolvidos.



12. **(sigilo)**

13. Após a operação, o capital social da NEL será dividido de forma que 99% do capital social da empresa (399.999 quotas) será detido pela Editora Campus, enquanto 0,01% do capital social da NEL (1 quota) ficará com o Sr. Cláudio Marcelo Rothmuller.

14. O presente ato de concentração foi apresentado à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça em 17/07/2002, sendo que a submissão do presente ato aos integrantes do Sistema Brasileiro de Defesa de Concorrência ocorreu em virtude do disposto no parágrafo 3º do art.54 da Lei 8884/94, tendo em vista o faturamento do Grupo Elsevier, envolvido na operação, ter sido superior a R\$ 400 milhões no exercício financeiro de 2001.

3. MERCADO RELEVANTE

3.1. Mercado Relevante Produto

15. A NEL, empresa adquirida, atua na editoração e comercialização de livros científicos, técnicos e profissionais, bem como obras gerais.⁵ Seus livros científicos, técnicos e profissionais são principalmente voltados para a área de negócios, com temas que envolvem propaganda e marketing, cultura empresarial, biografias e relatos, gestão de pessoas e práticas organizacionais. A empresa também possui diversos títulos de obras gerais, especialmente livros de crônicas, curiosidades e livros com temas voltados ao desenvolvimento pessoal.

16. O Grupo Elsevier, grupo controlador da Editora Campus, atua na publicação de periódicos, livros e bases de dados secundários.⁶ As atividades do grupo no Brasil ocorrem exclusivamente por meio da sua subsidiária Editora Campus. A Editora Campus oferta produtos com enfoque em quatro áreas: informática, negócios, interesse geral e livros-texto. Na área de informática, a Editora Campus oferta livros, guias, manuais e dicionários, tanto para profissionais da área quanto para iniciantes. Já os seus livros da área de negócios, abrangem diversos temas de administração e gestão empresarial, MBA, *e-business*, recursos humanos, marketing e vendas, estratégias, finanças e contabilidade. Quanto aos livros-texto, a Editora Campus possui livros envolvendo assuntos nas áreas de administração, ciência política, comunicação, economia, engenharia, estatística, finanças e contabilidade, física, história e turismo. Por fim, a Editora Campus oferta diversos livros de interesse geral, que trata de assuntos e temas variados, como qualidade de vida, astrologia, estudo de línguas e etc.

⁵A Câmara Brasileira do Livro classifica os livros por subsetores, sendo classificados como livros científicos, técnicos e profissionais os livros universitários e profissionais, e como obras gerais os livros de literatura em geral e obras de referência.

⁶ Conforme informações obtidas no site da empresa (www.elsevier.com).

18. Conforme o entendimento desta SEAE, o tratamento de Atos de Concentração entre editoras necessita de uma análise caso a caso, tendo em vista as características peculiares do referido setor⁷.

19. O mercado de livros é responsável pela produção e comercialização de milhares de novos produtos, sendo o setor da economia que mais produz e comercializa produtos novos no mercado. Isso se considerarmos que cada livro é um produto particular dada a sua elevadíssima diferenciação título a título. Todavia, caso adotasse-mos simplesmente a especificação por títulos como forma de diferenciação entre livros estaríamos incorrendo em um grave erro, à medida que somente haveria uma concentração entre editoras caso as mesmas produzissem necessariamente o mesmo título. Assim, mesmo que dois livros tratassem do mesmo assunto, ou até mesmo possuíssem exatamente o mesmo conteúdo, eles seriam considerados produtos distintos simplesmente por apresentarem diferentes títulos. Em outro extremo, se considerássemos todos os livros pertencentes a um mesmo mercado a problemática não seria menor, haja vista que estaríamos admitindo livros religiosos, literários, científicos, didáticos, etc, como produtos substitutos, independente do tema ou assunto por eles abordado. Estas considerações retratam a problemática na qual está envolvida a análise do mercado editorial, daí a necessidade de uma análise caso a caso para Atos de Concentração entre editoras.

20. O mercado de editoração e comercialização de livros estabelece uma cadeia de relações entre editoras, distribuidoras, redes de livrarias e consumidores finais. Tanto as distribuidoras e redes de livrarias quanto os consumidores finais podem adquirir os produtos juntos as editora, fenômeno potencializado, hoje em dia, pelo advento do *e-commerce*, isto é, a possibilidade de compra direta de um ou mais exemplares dos títulos pela Internet. Em qualquer dos casos, quer o livro chegue ao consumidor final diretamente pela editora ou por intermédio das livrarias e distribuidores, são os consumidores finais os agentes determinantes da demanda por livros, ou seja, são as suas características de consumo que importam neste ponto da análise. Dessa forma, por meio de uma análise particularizada da compra de um livro por um consumidor final, pode-se dizer que a possibilidade de substituição de um livro por outro está intimamente

⁷ Posição manifestada anteriormente por esta SEAE no Parecer n° 308/COGSE/SEAE referente ao Ato de Concentração n° 08012005421/2001-99.

ligada à finalidade a que o consumidor se propõe a satisfazer com a compra do produto. Como exemplo, caso um consumidor necessite de um livro científico que lhe forneça genericamente determinado tipo de informação, podem existir alguns livros que alcancem o objetivo proposto, e então haveriam produtos substitutos em maior ou menor quantidades, dependendo do caso. Por outro lado, no caso da demanda por obras específicas de determinados autores, ou certas fontes de consultas exclusivas, pode se dizer que o livro não tem produtos substitutos, haja vista que é um produto particular. Estas observações de caráter genérico revestem-se de maior ou menor propriedade, entretanto, conforme o gênero de livro de interesse do consumidor final. Desse modo, nota-se a importância de atentarmos para os gêneros dos livros analisados, à medida que determinados gêneros tem uma maior possibilidade de substituição que outros. A isto teoricamente somar-se-ia a necessidade de considerar a dinâmica dos direitos sobre a obra, a qual está sujeita a uma série de tipos de acordos entre editoras e autores. Assim, um maior cuidado deverá ser dispensado por esta Seae na análise da possibilidade de exercício do poder de mercado derivado da operação, observando se os produtos se revestem de uma característica de maior ou menor grau de substitibilidade, podendo ser até necessária uma análise individual dos títulos publicados.

21. O quadro à seguir indica os produtos/serviços ofertados no Brasil pelo Grupo Elsevier e pela NEL.

QUADROIII

Produtos/Serviços Ofertados no Mercado Nacional.

Produtos/Serviços	Grupo Elsevier	NEL
Editoração e comercialização de livros científicos, técnicos e profissionais	X	X
Editoração e comercialização de obras gerais	X	X
Comercialização de periódicos em língua estrangeira	X	

Elaboração: SEAE

22. De acordo com as áreas de atuação da NEL e do Grupo Elsevier, verificou-se sobreposição de atividades no mercado brasileiro de editoração e comercialização de livros científicos, técnicos e profissionais, assim como na editoração e comercialização de livros de obras gerais.

23. Sendo assim, dada a sobreposição de atividades verificadas na presente operação, definimos para a presente análise dois mercados relevantes produto: **1) editoração e comercialização de livros científicos, técnicos e profissionais** e **2) editoração e comercialização de obras gerais**.

3.2. Mercado Relevante Geográfico

24. O mercado relevante geográfico definido para esse caso é o nacional, tendo em vista as áreas de atuação e as formas de comercialização utilizadas pela empresas envolvidas.

25. A NEL e o Grupo Elsevier Science ofertam seus produtos em todo o território brasileiro por meio de vendas diretas via telefone, telemarketing, fax ou pelos *sites* das empresas na Internet⁸. Seus principais clientes são grandes livrarias e empresas distribuidoras de livros, situadas em diversas localidades do país. Além disso, os custos inerentes a essas vendas são relativamente baixos, pois os produtos podem ser remetidos por correio, com devida precisão.

26. Rejeitamos a hipótese de importação dos produtos em questão, haja vista que os livros científicos, técnicos e profissionais, assim como os livros de obras gerais, ofertados no Brasil pela NEL, empresa adquirida, são todos editados em português. Desse modo, o idioma constitui uma barreira à importação de tais produtos.

⁸ Os sites são: www.campus.com.br e www.negocioeditora.com.br.

4. POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

27. Segundo informações prestadas pela Livraria Saraiva, em resposta ao Ofício nº 06561/2002/COGSE/MF, embora ambas as editoras envolvidas possuam livros importantes em seus catálogos, considera-se que nenhum título específico seja de difícil substituição por títulos de outras editoras ou mesmo insubstituível. Qualquer um dos assuntos especificamente abordado por um título da Editora Campus ou da Negócio Editora encontra um título similar em catálogos de publicações brasileiras de outras editoras. Desse modo, podem ser encontrados com uma certa facilidade outros títulos tratando do mesmo assunto.

4.1 – Mercado de Editoração e Comercialização de Livros Científicos, Técnicos e Profissionais.

28. Procuramos obter uma estimativa de participação da Editora Campus e da Negócio Editora no mercado relevante de editoração e comercialização de livros científicos, técnicos e profissionais, considerando o faturamento de ambas no referido mercado. Segundo informações colhidas no Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro, produzido pela Câmara Brasileira do Livro, o faturamento total do mercado de livros científicos, técnicos e profissionais no Brasil, em 2001, foi de R\$433.000.000,00.

29. O quadro abaixo apresenta o faturamento e o *market share* das principais editoras no Brasil, em 2001, no mercado relevante de editoração e comercialização de livros científicos, técnicos e profissionais.

QUADRO IV

Mercado de Editoração e Comercialização de Livros Científicos, Técnicos e Profissionais

Brasil - 2001

<u>Editoras</u>	<u>Faturamento</u>	<u>Participação</u>
Saraiva	R\$ 50.413.000,00	11,6%
Atlas	R\$ 34.604.235,14	8,0%

Guanabara	R\$ 25.270.000,00	5,8%
Campus	(sigilo)	(sigilo)
Malheiros	R\$ 7.884.075,56	1,8%
Negócio	(sigilo)	(sigilo)
Total do Mercado	R\$ 433.000.000,00	100%

Elaboração: SEAE

30. Assim, verificamos que o *market share* detido pela empresa adquirida no mercado de editoração e comercialização de obras gerais é de apenas **(sigilo)**.

4.2 – Mercado de Editoração e Comercialização Obras Gerais

31. Quanto ao mercado de obras gerais, a Câmara Brasileira do Livro em seu Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro informou que o referido setor apresentou um faturamento total de R\$ 506.000.000 em 2001 no Brasil.

32. O quadro à seguir apresenta o faturamento e o *market share* das principais editoras no Brasil, em 2001, no mercado relevante de editoração e comercialização de obras gerais.

QUADRO VI

Mercado de Editoração e Comercialização de Obras Gerais no Brasil - 2001

<u>Editoras</u>	<u>Faturamento</u>	<u>Participação</u>
Record		7,4%
Companhia das Letras	R\$ 25.855.384,00	5,1%
Ediouro	R\$ 9.764.186,80	1,9%
Campus	(sigilo)	(sigilo)
Saraiva	R\$ 1.881.000,00	0,371
Negócio	(sigilo)	(sigilo)
Total do Mercado	R\$ 506.000.000,00	100%

Elaboração: SEAE

33. Conforme mostra o Quadro VI, o *market share* detido pela empresa adquirida no mercado de editoração e comercialização de obras gerais é de apenas **(sigilo)**.

4. RECOMENDAÇÃO

34. Portanto, concluímos que a pequena participação da empresa adquirida nos mercados relevantes considerados faz com que a operação não evidencie possibilidade de exercício de poder de mercado, pois não gera efeitos anticoncorrenciais no mercado nacional.

35. Ante o exposto, a operação é passível de aprovação sob o ponto de vista da defesa da concorrência.

À consideração superior.

RODRIGO AFFONSO DOS SANTOS

Assistente Técnico

MARCELO DE MATOS RAMOS

Coordenador - Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CRISTIANE ALKIMIN J. SCHMIDT

Secretária-Adjunta

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA

Secretário de Acompanhamento Econômico