



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 487 /COGSE/SEAE/MF

Brasília, 6 de dezembro de 2000.

Referência: Ofício nº 3845/00 GAB/SDE/MJ, de 12 de julho de 2000.

Assunto: Ato de Concentração no n.º 08012.002641/2000-80

Requerentes: PT Multimédia.Com, Serviços de Acesso à Internet, SGPS, S/A e Gazeta Mercantil S/A.

Operação: Associação entre PT Multimédia.Com e Gazeta Mercantil S/A com vistas a constituição de uma página na Internet contendo informações de cunho econômico-financeiro.

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 PT Multimédia.com, Serviços de Acesso à Internet, SGPS, S/A e Gazeta Mercantil S/A.

1. Das Requerentes

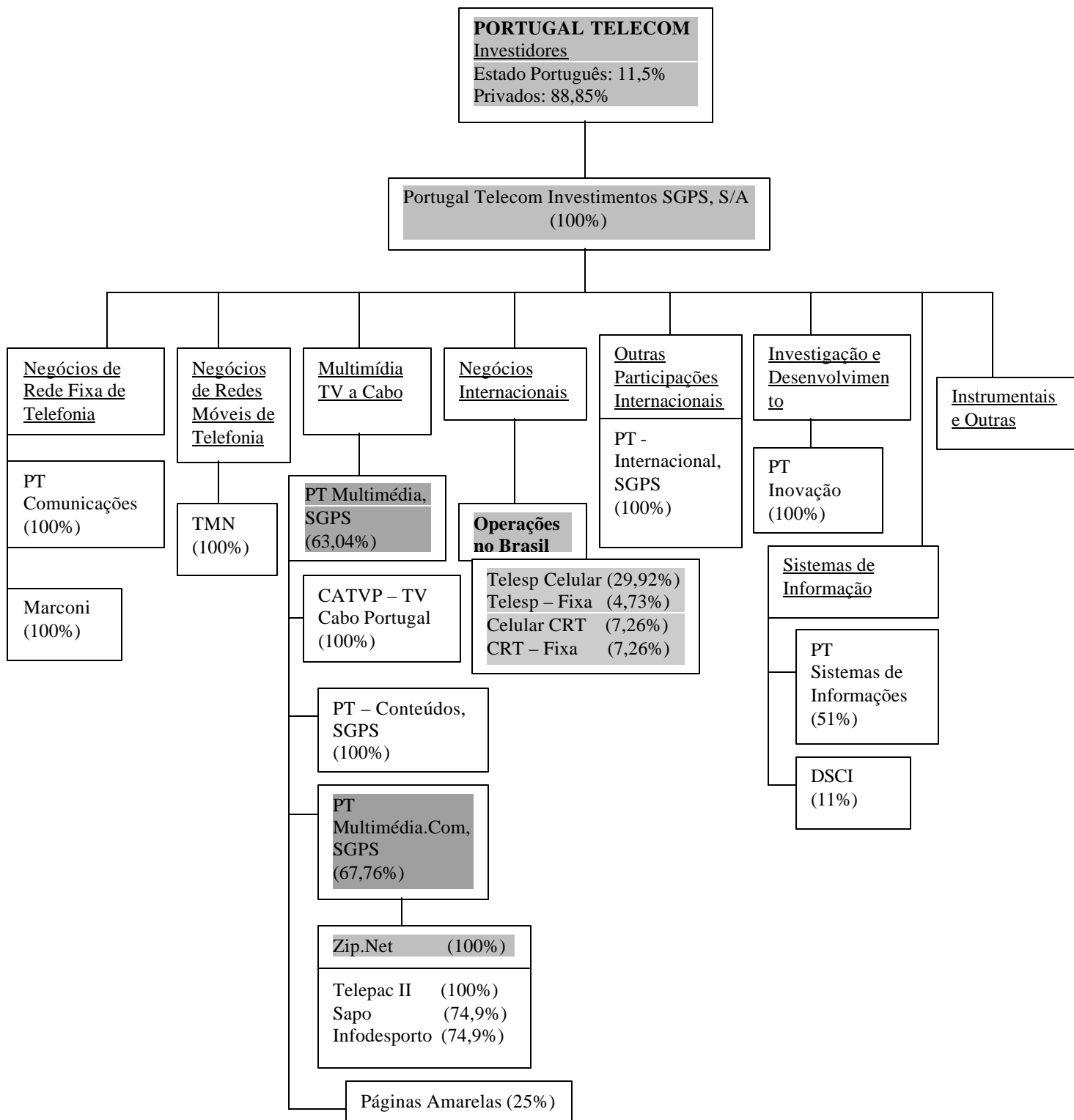
1.1 Participante A

1. PT Multimédia.com, Serviços de Acesso à Internet, SGPS, S/A, doravante denominada PTM.Com, é uma sociedade mercantil portuguesa, com sede na cidade de Lisboa, na Av. 5 de Outubro, n.º 206, 2º andar. A empresa é uma subsidiária da Portugal Telecom S/A, doravante PT S/A, que, por sua vez detém, por intermédio da PT Multimédia Serviços de Telecomunicações e Multimédia SGPS S/A, 67,76% da PTM.com. Outra empresa do Grupo Portugal Telecom, a Portugal Telecom Investimentos, SGPS, S/A detém 15,76% de sua participação societária. A empresa é controladora ou afiliada, tanto em Portugal como no Brasil, de empresas líderes nos segmentos relacionados à Internet e à telefonia móvel (Telepac, Sapo e TMN em Portugal e Zip.net e Telesp Celular no Brasil). Importa ainda para fins desta operação a empresa Fleckistock Comercial Ltda., doravante designada Fleckistock, que é uma sociedade brasileira por quotas de responsabilidade limitada, com sede na Rua Sampaio Viana, 277, 5º andar, conjuntos 51 e 52. A Fleckistock é uma sociedade holding controlada pela PTM.com no Brasil, que detém atualmente o controle da Zip.Net.

2. O Grupo Portugal Telecom, nos últimos cinco anos, fez sua transição do setor público para privado, sendo hoje detido por cerca de 90% de acionistas privados. Inicialmente um operador de rede de telefonia fixa, transformou-se em um grupo de informações, mídia e comunicações, atuando, mundialmente, nos setores de telefonia, telecomunicações e comunicações via cabo, fornecendo principalmente serviços de telefonia fixa e móvel e serviços especiais de radiochamada. Oferece ainda serviços de conteúdo e soluções para empresas de entretenimento. A estrutura geral simplificada do Grupo pode ser vista no Esquema N.º 1 a seguir. O faturamento do Grupo foi de R\$2.239.155.000,00, no Brasil, e de R\$ 8.722.432.000,00 no resto do mundo. O Grupo não atuava no Mercosul.¹

¹ Resposta ao Ofício N.º 3246/COGSE/SEAE/MF de 14.09.2000.

Esquema N.º 1 Estrutura do Grupo Portugal Telecom em julho de 2000



Fonte: requerentes

3. O Grupo Portugal Telecom detém ainda participação na empresa Telesp Participações S/A, doravante TP Fixa, concessionária de telefonia fixa comutada no Estado de São Paulo (STFC).² Tal participação não se perfaz por meio da empresa PT Multimídia, mas decorre da participação de 23% detida pela Portugal Telecom do Brasil S/A, doravante PT Brasil, subsidiária da Portugal Telecom S/A, na São Paulo Telecomunicações Holding S/A, doravante SPTH. Por sua vez, a SPTH detém de 13 a 19% das ações da TP Fixa. Depreende-se que a controladora da TP Fixa é o próprio Grupo Telefônica, por meio da TISA e da própria Telefônica S/A, e não a Portugal Telecom.

4. O Grupo Portugal Telecom detém ainda cerca de 23% de participação acionária da empresa Telebrasil Sul Participações S/A, doravante TBS, holding que detém o controle acionário com 85,19% do capital votante da Companhia Riograndense de Telecomunicações S/A (CRT Fixa), concessionária de serviços de telefonia fixa comutada no Rio Grande do Sul.

5. No Brasil, a atuação do Grupo Portugal Telecom pode ser resumida como segue no Quadro N.º 1.

² O mercado de telefonia fixa comutada (STFC) 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 presta o mencionado serviço no Estado de São Paulo que compreende a região III. O STFC é definido como 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.

Quadro n.º 1
Relação das empresas direta ou indiretamente componentes do
Grupo Portugal Telecom com atuação no Brasil

Empresas	Participação da Portugal Telecom (%)
PT Brasil (holding)	100,00
Zip.net (portal)	100,00
Telesp Celular Participações S/A	29,92
Telesp Participações (telefonia fixa)	4,73
CRT Celular	7,26
CRT (telefonia fixa)	7,26
Mobitel (serviços de “paging”)	48,9

Fonte: requerentes

6. Cabe ressaltar que, antes da operação, o Grupo Portugal Telecom participava do mercado de serviços relacionados à Internet no Brasil por intermédio da empresa Zip.Net S/A (AC n.º 08012.002429/00-14 em análise no SBDC). A Zip.Net é uma sociedade anônima constituída e existente de acordo com as leis brasileiras, com sede na Calçada Vitória Régia, 129, piso 01, sala 02, Centro Comercial de Alphaville, na cidade de Barueri, Estado de São Paulo.

7. A Zip.Net iniciou suas operações em fevereiro de 1996 sob a razão social Itanet - Itamarati On-Line Ltda. Associou-se em setembro de 1996 à Netcom On-Line Communication Services Inc, empresa norte-americana que, na época, era a maior provedora de acesso dos Estados Unidos. Desta parceria, resultou a empresa Internetcom do Brasil S.A., com início das operações em maio de 1997. A sociedade perdurou até novembro de 1997, quando a Netcom fundiu-se com a ICG Communications Inc. Assim, a partir de novembro de 1997, a Itanet adquiriu todos os investimentos da Netcom na empresa Internetcom do Brasil S.A, passando a ser a única controladora da mesma. O foco inicial foi o mercado corporativo: soluções específicas para empresas como elaboração de projetos, prestação de serviços de consultoria, fornecimento de links dedicados de alta velocidade e hospedagem. Em agosto de 1998 a empresa inovou lançando o serviço gratuito de e-mail no Brasil: o ZipMail. Em agosto de 1999 a Itanet adotou a

razão social Zip.Net S/A.³

8. Em 1999, a Zip.Net alienou seus direitos contratuais relativos à prestação de serviços de acesso discado e seus eventuais anexos, firmados entre a empresa e seus clientes/usuários, à Itacall S/A, outra empresa do Grupo Zip.Net. Os principais serviços ofertados aos clientes da Zip.net são: provimento de acesso à Internet via conexão dedicada, hospedagem de páginas (“webhosting”), espaço para publicidade virtual em suas páginas (publicidade “online”) e soluções para o comércio eletrônico. O faturamento total da empresa, em 1999, foi de R\$ 7.271.088,86 e sua atuação se restringe ao Brasil.

1.2 Participante B

9. A empresa Gazeta Mercantil S/A, doravante Gazeta, é uma sociedade anônima constituída e existente de acordo com as leis brasileiras, com sede na Rua Engenheiro Francisco Pitta Brito, 125, 10º andar, na cidade de São Paulo. A empresa atua no ramo jornalístico, produzindo e editando diversas publicações de conteúdo editorial e jornalístico, especialmente nas áreas de economia e finanças. O Grupo Gazeta Mercantil foi fundado há 80 anos, conta atualmente com cerca de 450 jornalistas especializados, possuiu uma rede nacional de 20 publicações regionais, que se traduz em um “portfolio” diversificado de revistas e várias newsletters especializadas nos mais diversos setores industriais, publicadas em Português, Espanhol e Inglês.⁴ Suas publicações incluem, entre outras, o jornal Gazeta Mercantil e as publicações Balanço Anual e Panorama Setorial. O faturamento total do Grupo Gazeta Mercantil foi de R\$ 220.000.000,00. A participação no capital social da empresa está expressa no quadro N.º 2.

³ Informações contidas na página da empresa na Internet (www.zip.net/zipcorp/zh.htm).

⁴ A relação das várias empresas do Grupo Gazeta está listada nos autos do processo.

Quadro N.º 2
Participação no Capital Social da Gazeta Mercantil S/A

Acionista	Participação (%)
Poli Participações	71,46
Sistel – Fundação Telebrás Seguridade Social	05,66
Previ – Caixa Prev. dos Funcionários do Banco do Brasil	05,82
Petros – Fundação Petrobrás Seguridade Social	02,15
Outros	14,91

Fonte: requerentes

10. Entre as empresas do Grupo Gazeta, particularmente importante é a subsidiária Gazeta Mercantil S/A Informações Eletrônicas, doravante **Gazeta Eletrônica**, que é uma sociedade anônima com sede na cidade de São Paulo. Esta desenvolve um negócio que oferece ao público, desde 1992, por meio da Internet e outros meios de comunicação e transmissão eletrônica de dados, todo o conteúdo editorial e jornalístico produzido pela Gazeta Mercantil e/ou adquirido de terceiros. Esse conteúdo inclui, entre outros, informações digitalizadas nas áreas de finanças, negócios, política e lazer, assim como os portais, canais ou serviços “Portal Gazeta Mercantil”, “Investnews”, “Gazeta Mercantil Online” e “Gazeta Mercantil Webnews”. Esse conteúdo, em seu conjunto, será doravante designado de **Negócio Online**. No Mercosul, a Gazeta Eletrônica oferta os mesmos serviços ofertados no Brasil, sendo parte do seu conteúdo apresentado em espanhol. Quanto à gazeta Mercantil, esta possui a publicação Gazeta Mercantil Latino Americana, que circula na Argentina e no Uruguai. O faturamento referente à Gazeta Eletrônica foi de R\$ 13.099.278,00 e do Grupo Gazeta Mercantil, aproximadamente R\$ 220.000.000,00.

2. Da Operação

11. A operação data de 16 de junho de 2000 e consiste na associação entre PTM.com e Gazeta Mercantil com o propósito de desenvolverem conjuntamente um novo portal⁵ que

⁵ Um portal pode ser caracterizado com uma página (ou “site”) na Internet que reúne informações de uma área de interesse específico, chamado portal vertical, bem como de interesse geral, portal horizontal. Muitos portais oferecem alguns serviços gratuitos, como correio eletrônico, notícias, fóruns de discussão, informações sobre o tempo e outros. Em geral, são boas fontes de referência para assuntos diversos, pois apresentam facilidades para a busca de outras páginas na Internet. A principal fonte de faturamento dos

transmitirá informações ou conteúdo editorial e jornalístico de cunho principalmente econômico-financeiro.

12. Segundo o “Contrato de Associação”, fornecido pelas requerentes, a fim de viabilizar o negócio, a Gazeta Mercantil concorda em fazer com que a Gazeta Eletrônica constitua uma sociedade anônima e transfira ou contribua ou licencie para esta sociedade, todos os ativos relacionados ao Negócio Online. A nova empresa terá o formato de sociedade anônima e será denominada “Investnews S/A”. As empresas reconhecem que o “fator chave” para a realização do investimento é a possibilidade de desenvolver um portal com licença exclusiva para utilização do conteúdo editorial e jornalístico atual e futuro produzido e/ou adquirido de terceiros, pela Gazeta Mercantil. O contrato estabelece que o licenciamento terá o prazo de dez anos, prorrogáveis por mais dez anos. Ao final da operação, após o resgate das ações preferenciais, a Investnews S/A terá seu capital social constituído exclusivamente de ações ordinárias, sendo 50% do capital votante e total detido pela PTM.com e outros 50% do capital votante e total detido pela Gazeta Eletrônica.

13. De acordo com o Contrato de Associação, a partir da transferência do Negócio Online da Gazeta Eletrônica para a nova sociedade, a responsabilidade pela prestação dos serviços essenciais ao funcionamento do Negócio Online será gradativamente assumida pela nova empresa e a decisão de desenvolver internamente ou terceirizar tais serviços será tomada pelas partes, considerando os potenciais ganhos de escala. A Zip.net, no entanto, terá preferência na contratação de tais serviços, devendo a nova sociedade considerar igualmente preço e qualidade como fatores de avaliação de propostas. Ainda segundo o Contrato de Associação, as partes envidarão seus melhores esforços com a finalidade de criarem uma nova sociedade, a qual terá como objeto a participação em negócios de Internet e comércio eletrônico (incluindo atividades nos segmentos de *business-to-business* e *business-to-consumers*). O contrato não impede, entretanto, que a PTM.com detenha outros portais na Internet, tais como os já existentes Zip.net e Banco1.net⁶, ou ainda outras

portais tem sido a venda de espaço para publicidade virtual. Por esse motivo, quanto mais visitado o portal, mais pode-se cobrar pelo espaço vendido.

⁶ A requerente Ptm.com informa, em resposta ao ofício N.º 3352/COGSE/SEAEMF, de 20.09.2000, que o Banco1 é uma instituição financeira, autorizada pelo Banco Central do Brasil (Bacen) desde 29.5.1998 a operar como uma sociedade de crédito, financiamento e investimento. Informam ainda que em 18.5.2000 foi

empresas que venham a investir, como suas controladas ou coligadas, mesmo que oferecendo informações de cunho econômico-financeiro, semelhante ao novo portal constituído, o Investnews S/A, desde que tais portais não tenham como foco de negócios a oferta destas informações.

14. É importante observar que a operação não sugere a criação de significativa capacidade empresarial em termos de nova capacidade produtiva, nova tecnologia, novo produto ou entrada em novo mercado. A nova empresa criada aproveita o conteúdo que já era apresentado pela Gazeta antes da operação e não há evidência de que a administração do “portal” utilize de novas tecnologias.

3. Definição do Mercado Relevante

3.1 O Mercado Relevante de Produto

15. O mercado relevante de produto da presente operação é a venda de espaço para publicidade virtual, pois, antes da operação, tanto a PTM.com, por intermédio de sua controlada Zip.Net S/A, quanto a Gazeta Mercantil, por meio da Gazeta Eletrônica, possuíam receitas derivadas deste mercado.

16. 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”.⁷ 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

firmado um acordo de associação entre o Unibanco – União de Bancos Brasileiros S/A e Portugal Telecom (“PT”), para implantação do Banco1.netno Brasil e que tal operação foi submetida ao Bacen. Tendo em vista a referida associação, o Banco1 passa na atualidade por um processo de transformação em banco múltiplo, para o qual foi emitida a devida autorização pelo Bacen, em 27.09.2000, conforme documento fornecido. O Banco1.net, relata a requerente, terá como objeto social a prática de operações ativas, passivas e acessórias permitidas aos bancos múltiplos coma as carteiras comercial, de investimento, de crédito, de financiamento, de crédito imobiliário e de arrendamento mercantil.

⁷ Definição extraída do ato de concentração n° 08012.002266/99-46. Requerentes: Hebdo Mag Brasil Holding Ltda. e Editora Balcão Ltda. D. O . U. 23/12/1999.

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.

17. A publicidade virtual é tanto criativa quanto direcional. Entretanto, 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. As empresas que adquirem espaço para publicidade virtual atingem um público mais reduzido e mais específico e devem, portanto, obter um retorno diferente em comparação às outras mídias.

18. 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, o espaço para publicidade na Internet é considerado um serviço sem substituto, preferindo-se, desta forma, uma definição de mercado de produto mais restrita.

3.2 Mercado Relevante Geográfico

19. A definição do mercado geográfico para o segmento de venda de espaço para publicidade virtual é complexa, tanto devido à natureza desse serviço quanto a seu estágio de desenvolvimento incipiente.⁸ Em princípio, pode-se argumentar que a Internet é uma rede de alcance mundial e, portanto, considerar a oferta de espaço para publicidade virtual como um mercado geográfico de alcance mundial. Entretanto, é importante que se faça ponderações e que a definição seja a mais restritiva possível, tanto pela escassez de dados que comprovem haver um número importante de empresas que busquem fornecedores desse serviço no exterior, quanto pelo custos de transação associados a operações internacionais. Vale enfatizar que o tomador de preço (demandante) do espaço para

⁸ 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.

publicidade virtual não é o usuário individual de serviços relacionados à Internet, mas sim empresas.

20. Assim, para o segmento de espaço para publicidade virtual, o mercado relevante geográfico será nacional, pois os anúncios encontrados tanto no portal da Zip.net, quanto nas páginas da Gazeta, atingem usuários de vários perfis e de várias regiões do país. Esses anunciantes são, portanto, em geral, marcas nacionais (empresas que comercializam seus produtos/serviços em todo o país) que tendem a concentrar seus anúncios em páginas visitadas por um público extenso, nos chamados “portais nacionais”. Em contraposição, marcas regionais (empresas que comercializam 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.

4. Possibilidade de Exercício de Poder de Mercado

21. De acordo com dados provenientes da Associação de Mídia Interativa, AMI, citados pelas requerentes nos autos do processo, o mercado brasileiro de publicidade virtual foi estimado em R\$ 80 milhões em 1999, com previsão para R\$ 160 milhões em 2000, ou 1,6% do total de investimentos em publicidade no país, estimados em R\$ 10 bilhões.

22. Segundo informam as requerentes, o faturamento da Gazeta Eletrônica em publicidade virtual para o ano de 1999 foi de cerca de R\$1.242.146,74. No mesmo período, o faturamento da Zip.Net somou R\$ 1.021.521,71.⁹ Assim sendo, tendo em vista o cenário descrito pela AMI, a participação de ambas as requerentes para o ano de 1999 estaria entre 1 e 1,5% do mercado total, o que não sugere exercício de poder de mercado.

23. Há que se observar que Zip.Net e Gazeta Mercantil, embora auferissem receita em publicidade virtual, atuavam em segmentos bastante distintos. Além disso, foi feita uma

⁹ Resposta ao Ofício n.º 2.469/COSE/SEAE/MF, de 24.07.2000.

consulta a um dos principais clientes da requerente Gazeta¹⁰, bem como várias outras consultas a concorrentes da empresa constituída pela operação, não resultando em respostas que apontassem preocupação ou objeção quanto a possíveis prejuízos à concorrência decorrentes do ato.¹¹

5. Recomendação

24. Diante do exposto, conclui-se que a operação não evidencia impactos negativos do ponto de vista da concorrência e, portanto, sugere-se que seja aprovada sem restrições.

À apreciação superior.

LUÍS HENRIQUE D'ANDREA
Coordenador

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico

¹⁰ Ver resposta ao Ofício n.º 3229/COGSE/SEAE/MF, de 13.09.2000.

¹¹ Ver respostas aos Ofícios n.º 2827/ COGSE/SEAE/MF, de 18.08.2000; n.º 2861, de 21.08.2000; n.º 3150, de 06.09.2000 e n.º 3691, de 09.10.2000.