



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação Geral de Produtos Industriais

Parecer Técnico n.º 079/COINP/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 07 de março de 2002.

Referência: Ofício n.º 3360/SDE/GAB, de 02 de agosto de 2001, e Ofício n.º 3466/SDE/GAB, de 20 de agosto de 2001

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO
nº 08012.004667/2001-43

Requerentes: **COMPANHIA SUZANO DE PAPEL E CELULOSE, INDÚSTRIAS KLABIN FABRICADORA DE PAPÉIS S. A., VOTORANTIM CELULOSE E PAPEL S. A., RIPASA S. A. PAPEL E CELULOSE e INTERNATIONAL PAPER DO BRASIL LTDA.**

Operação: constituição de uma nova empresa, juridicamente independente de seus acionistas participantes, para a operação e exploração de portal vertical destinado exclusivamente ao setor de papel e celulose

Recomendação: aprovação, com restrições

Versão: pública

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 **COMPANHIA SUZANO DE PAPEL E CELULOSE, INDÚSTRIAS KLABIN FABRICADORA DE PAPÉIS S. A., VOTORANTIM CELULOSE E PAPEL S. A., RIPASA S. A. PAPEL E CELULOSE e INTERNATIONAL PAPER DO BRASIL LTDA..**

O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma a 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.

1 - Das Requerentes

1.1 – Cia. Suzano de Papel e Celulose

A Cia. Suzano de Papel e Celulose (“Suzano”) é empresa pertencente ao Grupo Suzano, de nacionalidade brasileira. O Grupo Suzano desenvolve atividades econômicas nos seguintes segmentos: (i) indústria de papel e celulose (pasta e papel); (ii) indústria química e petroquímica (petroquímicos diversos); (iii) indústria de plásticos e borrachas (elastômeros); (iv) indústria madeireira (extração); (v) serviços essenciais e de infra-estrutura (energia elétrica).

Em 30 de maio de 2001, os acionistas que detinham participação superior a 5% do capital social da Suzano eram: (i) Nemofeffer S/A, com 43,30%; (ii) espólio de Max Feffer, com 10,35%; (iii) Chase Manhattan Int. Inc., com 10,07%; (iv) espólio de Leon Feffer, com 6,06% e (v) PREVI (Caixa de Previdência de Funcionários do Banco do Brasil), com 5,68%.

Ao longo do exercício social de 2000, as empresas do Grupo Suzano faturaram o equivalente a R\$ 1,8 bilhão no Brasil, R\$ 97 milhões nos demais países do Mercosul e R\$ 2,2 bilhões no Mundo¹.

Recentemente, o Grupo Suzano esteve envolvido em outros Atos de Concentração no Brasil: (i) Ato de Concentração n.º 08012.002818/98-90; (ii) Ato de Concentração n.º 08012.006452/00-86; (iii) Ato de Concentração n.º 08012.003572/00-21; (iv) Ato de Concentração n.º 08012.005699/00-85; (v) Ato de Concentração n.º 08012.003575/01-46 e (vi) Ato de Concentração n.º 08012.003408/01-03.

1.2 – Indústrias Klabin Fabricadora de Papéis S. A.

As Indústrias Klabin Fabricadora de Papéis S. A. (“Klabin”) pertencem ao Grupo Klabin, de nacionalidade brasileira. O Grupo Klabin desenvolve atividades econômicas na indústria de papel e celulose, nos segmentos de pasta, papel e artefatos de papel.

O único acionista que detém participação acionária superior a 5% do capital social da Klabin é a empresa IKPC (Indústria Klabin de Papel e Celulose S. A., com 99.9% de participação).

Ao longo do exercício social de 2000, as empresas do Grupo Suzano faturaram o equivalente a R\$ 1,5 bilhão no Brasil, R\$ 274,4 milhões nos demais países do Mercosul e R\$ 3,8 bilhões no Mundo.

¹ Os valores informados em dólares norte-americanos foram convertidos com base na taxa média de câmbio Real/Dólar para o ano de 2000 (R\$/US\$ = 1,83).

Recentemente, o Grupo Klabin esteve envolvido em outros Atos de Concentração no Brasil: (i) Ato de Concentração n.º 08012.004327/98-29; (ii) Ato de Concentração n.º 08012.000249/00-61; (iii) Ato de Concentração n.º 08012.012194/99-63; (iv) Ato de Concentração n.º 08012.005963/99-86; (v) Ato de Concentração n.º 08012.003572/01-21 e (vi) Ato de Concentração n.º 08012.001544/01-51.

1.3 – Votorantim Celulose e Papel S. A.

A Votorantim Celulose e Papel S. A. (“Votorantim”) é uma empresa pertencente ao Grupo Votorantim, de nacionalidade brasileira. A Votorantim é uma empresa integrada de celulose e papel. A empresa concentra suas atividades na produção e comercialização de papéis revestidos, papéis de imprimir e escrever e celulose de mercado.

A composição do capital social da Votorantim é apresentada no Quadro I abaixo:

QUADRO I

Acionista	Tipo de Ação		Participação Total
	Ordinária	Preferencial	
Grupo Votorantim	100%	6,66%	58,51%
BNDESPAR	0%	33,74%	15,13%
Mercado	0%	59,60%	26,72%

Fonte: Requerentes

Ao longo do exercício social de 2000, as empresas do Grupo Votorantim faturaram o equivalente a R\$ 6,3 bilhões no Brasil, R\$ 109,7 milhões nos demais países do Mercosul e R\$ 7,5 bilhões no Mundo.

Recentemente, o Grupo Votorantim esteve envolvido em outros Atos de Concentração no Brasil: (i) Ato de Concentração n.º 08012.001196/98-46; (ii) Ato de Concentração n.º 08012.007409/98-06; (iii) Ato de Concentração n.º 08012.007013/00-91; (iv) Ato de Concentração n.º 08012.001195/00-70 e (v) Ato de Concentração n.º 08012.003579/01-46.

1.4 – Ripasa S. A. Papel e Celulose

A Ripasa S. A. Papel e Celulose (“Ripasa”) é uma empresa pertencente ao Grupo Ripasa, de nacionalidade brasileira. A Ripasa desenvolve suas atividades econômicas na indústria madeireira (reflorestamento) e na indústria de papel e celulose (pasta, celulose e papel).

Em junho de 2001, os acionistas que detinham participação acionária superior a 5% do capital social da Ripasa eram os que constam do Quadro II abaixo:

QUADRO II

Acionista	Tipo de Ação		Participação Total
	Ordinária	Preferencial	
ZDZ Part. Adm. S/A	44,04%	10,07%	54,11%
PREVI	0%	7,2%	7,2%
PETROS	0%	6,57%	6,57%

Fonte: Requerentes

Ao longo do exercício social de 2000, as empresas do Grupo Ripasa faturaram o equivalente a R\$ 559 milhões no Brasil, R\$ 55,6 milhões nos demais países do Mercosul e R\$ 133 milhões no resto do Mundo.

Nos últimos três anos, o Grupo Ripasa não esteve envolvido em nenhum Ato de Concentração submetido à análise do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

1.5 – International Paper do Brasil Ltda.

A International Paper do Brasil Ltda. (“International Paper”) é uma empresa pertencente ao Grupo International Paper, de nacionalidade norte-americana. A International Paper desenvolve suas atividades econômicas na indústria de papel e celulose (pasta, celulose e papel).

O único quotista com participação superior a 5% do capital social da International Paper é a empresa norte-americana Champion Papers, Inc., detentora de 99,9% do capital social da sociedade.

Ao longo do exercício social de 2000, as empresas do Grupo International Paper faturaram o equivalente a R\$ 626 milhões no Brasil, R\$ 53 milhões nos demais países do Mercosul e R\$ 944 milhões no resto do Mundo.

Recentemente, o Grupo International Paper esteve envolvido nos seguintes Atos de Concentração no Brasil: (i) Ato de Concentração n.º 08012.004271/99-57; (ii) Ato de Concentração n.º 08012.002553/00-43 e (iii) Ato de Concentração n.º 08012.007174/00-12.

2 – Da Operação

Trata-se de uma associação entre as requerentes visando a constituição de uma nova empresa, sociedade anônima de capital autorizado, juridicamente independente de seus participantes, que adotará, a princípio, a expressão fantasia “Pakprint”. A nova empresa terá por objeto a operação e a exploração, através da

Internet, de um portal vertical² destinado exclusivamente ao setor de papel e celulose.

O capital social da Pakprint será detido na proporção de 20% para cada uma das requerentes³.

Inicialmente, o único ativo envolvido na transação são os investimentos a serem realizados para a estruturação da Pakprint. O valor estimado dos investimentos é de R\$ 10,4 milhões, sendo esse portanto o valor da operação. A transação foi concretizada em 6 de julho de 2001, por meio de celebração entre as requerentes do Contrato de Associação e do Acordo de Confidencialidade⁴.

As requerentes apresentaram como razões decisivas para a realização do Ato as economias de custo advindas da utilização do portal. Esse ganho em termos de eficiência será conseguido através de melhor facilidade de comunicação e de maior transparência e rapidez na transmissão de informações, o que seria difícil de conseguir individualmente pelas empresas em seus processos internos.

3 – Mercado Relevante

3.1 - Dimensão Produto

Consta do Anexo I, ao fim do texto, a descrição dos setores de atividade e das linhas de produtos/serviços ofertados pelas requerentes. Essa descrição está sendo apresentada ao fim do parecer pois, para efeito de análise do presente Ato de Concentração, o ponto de partida não consiste em identificar relações horizontais ou verticais entre as requerentes, mas sim entender o funcionamento da empresa que está sendo criada, bem como os produtos/serviços que serão disponibilizados pela mesma.

A Pakprint terá na Internet um portal vertical para servir a empresas atuantes no setor de papel e celulose.

² A expressão portal vertical é usada justamente para definir os portais voltados exclusivamente para empresas de determinado setor de atividade. No caso aqui considerado, o portal é voltado para as empresas que atuam na indústria de papel e celulose.

³ Aqui cabe notar que a participação de 20% da Suzano refere-se à participação de 10% da Suzano mais 10% de participação da Bahia Sul Celulose S. A.. Como a Bahia Sul é detida pelo Grupo Suzano, estamos considerando Suzano e Bahia Sul como uma única participante da operadora.

⁴ Segundo as requerentes, *“o acordo de confidencialidade tem o intuito de evitar que informações disponibilizadas pelas requerentes, no âmbito da transação ora em análise, sejam transmitidas ou reveladas a terceiros sem a prévia e expressa autorização das empresas participantes.*

Tratam-se, em sua maioria, de informações utilizadas no desenvolvimento do portal B2B ora em operação pela empresa Pakprint S. A., notadamente informações relacionadas à tecnologia e aos aplicativos utilizados para efetivação do projeto, tais como sistema operacional, banco de dados, E. R. P., dataware house e rede de telecomunicações.” (Transcrito da Resposta ao Ofício n.º 0379/COINP/COGPI/SEAE/MF).

O portal Pakprint funcionará em um sistema conhecido como sistema de **lojas virtuais** (ver resposta ao Ofício n.º 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF). As lojas virtuais que funcionarão no portal permitirão a realização, por parte dos “clientes das lojas”, de procura, seleção e escolha de produtos e, por parte dos “lojistas”, do recebimento e acompanhamento de pedidos. Cabe destacar que estamos chamando de “lojistas” as empresas que pagam uma taxa pela utilização do portal, o que significa que os lojistas não são apenas as requerentes, mas sim toda e qualquer empresa do setor de papel e celulose que possua uma loja no portal Pakprint. Já os “clientes das lojas” são todas as empresas que acessam o portal com vistas à compra de um determinado produto em uma determinada loja virtual (por exemplo, uma gráfica ou uma editora).

Os lojistas da Pakprint poderão optar pela utilização de três tipos diferentes de lojas virtuais (Loja tipo “A”, Loja tipo “B” e Loja tipo “C”), pagando os valores pecuniários correspondentes ao tipo de loja escolhido. As lojas se diferenciarão pelo nível de integração com os sistemas internos de seus proprietários e clientes. Antes de descrever os três tipos de lojas, cabe esclarecer de que forma se dá essa integração.

A integração entre o sistema tradicional do lojista (por exemplo: SAP, XML Papinet ou People Soft) e sua própria loja virtual facilita e agiliza a comunicação entre os integrantes da cadeia produtiva. Na interface entre os sistemas tradicionais, todas as informações referentes a uma determinada compra devem ser especificadas a cada nova transação, ou seja, o comprador deve informar seus dados societários, as especificações técnicas do produto, quantidades e quaisquer outras informações necessárias. O sistema disponibilizado pela Pakprint em suas lojas virtuais facilita a interação entre o comprador e o vendedor ao reduzir a quantidade de dados que devem ser disponibilizados pelas partes envolvidas em uma determinada transação. Os dados fixos estarão armazenados na loja virtual e, uma vez identificados pelo sistema, tal cadastro será automaticamente utilizado na operação. As partes envolvidas deverão somente especificar as variáveis, como quantidade ou características do produto⁵.

A integração entre a loja virtual e o sistema tradicional do cliente da loja é feita de forma semelhante a que foi acima descrita. O diferencial consiste na necessidade de adaptação entre os diferentes sistemas operacionais (aquele utilizado pela loja virtual e o sistema tradicional do cliente da loja). A plataforma tecnológica utilizada

⁵ Na prática, para cada conexão entre o cliente e o portal, é estabelecida uma sessão única identificada, garantindo a individualidade de comunicação e regras de conversão. Para que se estabeleça esta sessão, mecanismos de autenticação de senhas e criptografia de arquivos e mensagens devem ser utilizados. Uma transação efetuada no interior do portal pode ser exemplificada pela seguinte sequência de eventos: (i) o cliente da loja coloca seus pedidos no portal; (ii) o portal cria um arquivo com os pedidos e envia ao sistema do lojista; (iii) o lojista processa os arquivos e envia o status do pedido ao portal e (iv) o portal disponibiliza ao cliente da loja o recebimento do status do seu pedido.

pelo portal possui uma série de conectores que permitem a integração com os diversos tipos de sistemas tradicionais.

Percebe-se então que existem dois tipos de integração: (i) integração entre o sistema tradicional do lojista e sua própria loja e (ii) integração entre a referida loja e os sistemas tradicionais de seus clientes.

No caso do portal Pakprint, a Loja tipo “A” é a loja mais integrada, que permite a integração entre o sistema tradicional do lojista e a sua própria loja e também entre a referida loja e os sistemas tradicionais de seus clientes. Sendo assim, a Loja tipo “A” prevê os dois tipos de integração acima descritos.

A Loja tipo “B” é a loja de integração média. Permitirá a integração entre o sistema tradicional do lojista e a sua própria loja virtual, mas não a integração da loja virtual com os sistemas tradicionais dos clientes.

A Loja tipo “C” é a loja mais simples, não possibilitando nenhum tipo de integração. Tanto o lojista quanto o seu cliente deverão acessar as informações e efetuar as transações via Internet.

Com a finalidade de dar suporte ao funcionamento das lojas, o portal Pakprint oferecerá também os seguintes conjuntos de serviços: (i) CRM (*customer relationship management*), que é um sistema de avaliação do comportamento de mercado e hábitos de compras dos clientes das lojas virtuais; (ii) SCM (*supply chain management*), que é um sistema que possibilita uma integração entre toda a cadeia de vendas (fornecedor, lojista, cliente)⁶ e (iii) outros serviços/sistemas, que envolvem publicidade e anúncios, notícias e informativos, treinamentos pela Internet e pesquisa de produtos.

Além das lojas virtuais e dos serviços disponibilizados por Pakprint, a associação entre as requerentes tem entre seus objetivos a conjugação de esforços, conhecimento e recursos para o desenvolvimento de um Grupo de Compras. A associação possibilitará a realização de negociações conjuntas com fornecedores de determinados produtos, como óleo combustível, lâmpadas e rolamentos. Segundo as requerentes, o funcionamento do Grupo de Compras ainda está sendo estruturado pelas partes, não estando ainda definida em que medida as atividades do Grupo de Compras estarão relacionadas ao funcionamento do portal operado por Pakprint.

⁶ Em termos genéricos, o sistema de Supply Chain Management – SCM é um conjunto de soluções tecnológicas utilizado para integrar de modo eficiente fornecedores, fabricantes, entrepostos/depósitos e pontos de venda, de tal forma que os produtos sejam fabricados e distribuídos nas quantidades certas, para as locações adequadas e no tempo ideal, minimizando os custos globais do sistema e satisfazendo as exigências relacionadas ao padrão dos serviços.

No caso do portal Pakprint, os serviços relacionados ao sistema de SCM ainda estão em desenvolvimento e deverão ser disponibilizados no futuro. De acordo com o modelo em desenvolvimento, cada lojista poderá determinar individualmente as regras e abrangência de aplicação do SCM.

A nova empresa atuará, portanto, exclusivamente no setor de Internet relacionado ao setor de papel e celulose, oferecendo aos clientes um canal que se presta a aproximação entre gráficas, distribuidores, editoras, convertedores, fabricantes e consumidores de embalagens, fornecedores da indústria gráfica e produtores de papel e celulose. Sobretudo no que concerne à relação entre compradores e vendedores, cumpre destacar que os serviços disponibilizados pelo portal não alteram a natureza dessa relação. As empresas vão continuar fazendo o que já fazem hoje em dia, porém de forma diferente. Ao invés do contato telefônico, o uso do portal permite que o contato entre compradores e vendedores seja feito através da Internet.

Caberá então analisar o impacto da presente operação em duas frentes. Primeiro, há que se considerar o impacto da operação no mercado de atuação da Pakprint, ou seja, no mercado de *business-to-business* relacionado ao setor de papel e celulose. Segundo, há que se considerar possíveis impactos da presente operação nos mercados dos bens e serviços comercializados através do portal⁷, tanto no que diz respeito a venda de produtos através das lojas virtuais quanto no que diz respeito à compra de produtos por intermédio do Grupo de Compras.

3.2 – Dimensão Geográfica

Existem indícios de que a dimensão geográfica do mercado relevante de *business-to-business* relacionado ao setor de papel e celulose seja internacional. Existem portais estrangeiros que atuam em moldes semelhantes ao Pakprint, como o portal Paperspace.com, e nada impede que empresas brasileiras utilizem os serviços dos portais estrangeiros. Contudo, há uma tendência clara para que os portais nacionais atendam primordialmente as necessidades das empresas que atuam no Brasil.

Para o mercado dos bens e serviços relacionado ao setor de papel e celulose, por se tratar de uma definição bastante abrangente, não cabe aqui definir uma dimensão geográfica para esse mercado. Na verdade, cada produto transacionado via portal tem um mercado com determinada dimensão geográfica. Assim, cada transação efetuada via portal embute uma dimensão geográfica de mercado diferente.

Como será demonstrado adiante, as conclusões do presente parecer independem da definição de uma dimensão geográfica para os dois mercados mencionados.

⁷ Esse mercado relevante é portanto bem abrangente, no sentido de que contempla todo e qualquer bem ou serviço associado ao setor de papel e celulose. Essa definição de mercado relevante é adequada para a análise do presente Ato de Concentração, uma vez que, segundo o que será discutido adiante, não há aqui nenhuma preocupação a respeito de relações horizontais ou verticais nos diversos mercados envolvidos, mas sim preocupações referentes à troca de informações entre empresas competidoras, compra conjunta (monopsônio) e práticas de exclusividade. Para esses fins, não há prejuízo em se trabalhar com uma definição de mercado relevante mais abrangente.

4 – Possibilidade de Exercício do Poder de Mercado

4.1 Mercado de *Business-to-Business* Relacionado ao Setor de Papel e Celulose

No mercado relevante de *business-to-business* relacionado ao setor de papel e celulose, o presente Ato representa a entrada de uma nova empresa. Apesar dos efeitos pró-competitivos associados a essa entrada, deve-se estar atento para o fato de que a forma como estão organizadas as empresas - desde a sua fase inicial de operação - tende a moldar o padrão de competição do mercado relevante nos anos seguintes.

Nesse sentido, a literatura destaca que a principal preocupação do ponto de vista antitruste deve ser de evitar a adoção de práticas de exclusividade por parte dos portais. Através dessa prática, empresas de *business-to-business* podem exigir que os clientes usem apenas os serviços do portal em questão, ficando impedidos de utilizarem outros portais. Uma prática desse tipo pode acabar levando a uma situação em que só os portais maiores sobrevivem no mercado ou, em um caso extremo, a uma situação em que reste apenas um único portal no mercado.

Em relação à Pakprint, as requerentes informaram que não existirá nenhuma cláusula de exclusividade e que todas as empresas cadastradas junto a Pakprint poderão participar também de outros portais no setor de papel e celulose⁸.

4.2 Mercado Relevante dos Bens e Serviços Comercializados via Portal

No que diz respeito ao mercado relevante de bens e serviços comercializados via portal, a literatura sobre *business-to-business* destaca que os principais pontos que merecem atenção por parte da autoridade antitruste são, em sua maioria, aqueles comumente tratados quando da análise de *joint-venture*. Em geral, são questões associadas ao compartilhamento de informações entre empresas competidoras, o que pode levar a algum tipo de colusão em termos de preços ou quantidades produzidas.

4.2.1 Compartilhamento de Informações

A preocupação quanto ao compartilhamento de informações, com vistas à adoção de práticas colusivas, ganha importância quando as empresas envolvidas são do mesmo ramo de atividade. No caso aqui tratado, todas as empresas controladoras da Pakprint atuam no setor de papel e celulose. Contudo, as requerentes informaram que não há qualquer acordo de compartilhamento de informações entre as empresas controladoras, a partir da constituição da Pakprint⁹. Além disso, as re-

⁸ Ver a resposta ao Ofício 5045/COINP/COGPI/SEAE/MF.

⁹ Ver a resposta ao Ofício 5045/COINP/COGPI/SEAE/MF.

querentes informaram que Pakprint foi constituída de forma independente, sendo dotada de autonomia em relação aos seus acionistas.

Há também uma preocupação no que concerne à possibilidade de que, através do portal, as empresas controladoras da Pakprint venham a ter acesso a informações sigilosas de firmas rivais. Outra preocupação está ligada à possibilidade de que empresas concorrentes troquem informações através do portal de modo a facilitar a colusão em preços ou em quantidades. Nesse sentido, cabe prestar os seguintes esclarecimentos a respeito da segurança dos dados e informações veiculadas através do portal.

Com o intuito de garantir a segurança, isenção e neutralidade no manuseio das informações, as empresas que operam portais de *business-to-business* costumam contratar terceiros (conhecidos no mercado como IDCs – *Internet Data Centers*)¹⁰, os quais disponibilizam a maior parte do *hardware* e do *software* necessários para a operacionalização do portal. No caso do portal Pakprint, os IDCs contratados são as empresas Dedalus Comércio e Sistemas Ltda. (“Dedalus”) e Dedalus.com S/C Ltda., as quais estão encarregadas de disponibilizar o ambiente de hospedagem de servidores e base de dados, bem como disponibilizar e aplicar os sistemas de segurança do portal.

Especificamente, os sistemas de segurança que serão utilizados no portal Pakprint serão os seguintes¹¹:

- (i) aplicativos de segurança *Firewall*: esses aplicativos realizam o controle e definem as regras de acesso ao portal via Internet, por meio da utilização de mecanismos de autenticação, certificação e criptografia para a transmissão de dados. Esses mecanismos serão utilizados com vistas a impedir quaisquer trocas de informações comercialmente sensíveis entre os usuários do portal;
- (ii) Plataforma SUN/Solaris: a plataforma utilizada pelo portal é denominada SUN/Solaris e possui nível de segurança C2 para as transações comerciais. Adicionalmente, é utilizado o sistema de *Firewall Checkpoint*, que garante a segurança no acesso, comunicação e transmissão das mensagens.
- (iii) Sistema *RealSecure*: esse sistema é utilizado para detecção de intrusos na rede do portal. Este mecanismo permite uma reação rápida na salvaguarda dos dados armazenados no portal, evitando assim que haja uma violação nos dados do portal e de seus participantes mesmo no caso de uma quebra de segurança no ambiente de comunicação.
- (iv) Sistemas Avançados de Segurança Cisco Pix e Cisco IOS: esses sistemas são utilizados para o gerenciamento das informações disponibilizadas nas lojas virtuais integradas. O sistema controla os dados transmitidos entre as

¹⁰ Nas instalações de um Internet Data Center localizam-se os equipamentos e os sistemas utilizados para hospedar o portal criado por empresas de diversos setores.

¹¹ Ver resposta ao Ofício 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF.

empresas e o portal, individualizando os canais de forma segura, com criptografia, autenticação e certificação.

Os sistemas de segurança do portal estão fundados sobre o servidor de aplicativos, no qual serão executados os procedimentos de venda de cada loja, integração entre os sistemas e validação de usuários. O acesso aos aplicativos será efetuado através de identificação única e individualizada dos usuários, nos termos da política de segurança do portal. Esta individualização permite aos usuários somente o acesso aos dados pertinentes a sua área de atuação na(s) loja(s) em que tem acesso.

O administrador de cada loja é o responsável pela sua política de segurança e acesso. Cabe a Pakprint garantir que a política de segurança do portal seja respeitada.

Deve-se destacar também que todas as lojas serão independentes e que somente os aplicativos poderão efetuar acesso aos dados armazenados no portal. Dito de outra forma, nenhuma pessoa poderá efetuar o acesso direto à base de dados.

Os sistemas do portal estão baseados em ambiente ORACLE, sendo esse um dos principais fornecedores mundiais de solução para banco de dados. Os critérios utilizados por Pakprint para a escolha da ORACLE como fornecedora do *software* e do banco de dados foram segurança e integridade de informações.

As requerentes informaram que serão realizadas auditorias independentes para certificação do sigilo das informações do portal¹². A esse respeito, é importante mencionar que Pakprint funcionará sob uma política de segurança que tem como premissa a total independência dos dados das lojas e dos associados, bem como a inviolabilidade das informações. Por isso, as estruturas escolhidas para o portal adotaram as normas ISSO 17799 ou BS7799 ("Security Policies and Security Audit Solutions").

Mais especificamente, foram estabelecidas duas auditorias distintas. A primeira será realizada pela empresa Dedalus no ambiente de serviços de segurança, hospedagem de servidores e base de dados. A segunda será realizada por empresas que serão contratadas e que estejam habilitadas a efetuar auditoria em sistemas e dados na Internet. As seguintes empresas são possíveis contratadas: ISS-Internet Security System e Módulo Security Solutions S. A..

Por fim, as requerentes informaram que pretendem vender os dados relativos a transações efetuadas através do portal para utilização em estudos de mercado e campanhas de *marketing*. Contudo, segundo as requerentes as informações serão disponibilizadas de forma a garantir a neutralidade e confidencialidade, condições

¹² Ver resposta ao Ofício 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF.

necessárias para que as empresas se sintam seguras em utilizar os serviços do portal¹³.

Conclui-se, portanto, que a possibilidade de compartilhamento de informações entre concorrentes é restrita, desde que haja um perfeito funcionamento do sistema de segurança do portal.

4.2.2 Coordenação de Poder de Compra

Há uma preocupação associada à possibilidade de que, através de um portal, os compradores possam coordenar a compra e exercer poder de mercado. Nesse caso, os compradores forçam a redução dos preços dos produtos comprados a partir de uma redução das quantidades compradas. É uma situação típica de poder de monopólio. Porém, é necessário lembrar que existem eficiências associadas à compra conjunta e que os compradores podem obter melhores preços não por estarem exercendo poder de mercado, mas sim por estarem operando com maior eficiência. Um exemplo bastante comum é quando os compradores conseguem obter um desconto de quantidade. Há que se determinar, portanto, em cada caso, se se trata de exercício de poder de mercado ou de ganho em termos de eficiência.

No caso do portal Pakprint, há uma previsão de constituição de um Grupo de Compras, que possibilitará a negociação conjunta com fornecedores de determinados produtos, tais como: óleo combustível, lâmpadas e rolamentos¹⁴. Participação do Grupo de Compras apenas as cinco empresas controladoras de Pakprint.

O Quadro III abaixo apresenta a participação das compras das requerentes nas vendas totais dos fornecedores de óleo combustível, lâmpadas e rolamentos:

QUADRO III

Produtos	Número de Fornecedores	Participação nas Vendas Totais
Óleo Combustível	5	Menos de 6%
Lâmpadas	Mais de 10	Menos de 2%
Rolamentos	Mais de 10	Menos de 2%

Fonte: Requerentes. Ver Resposta ao Ofício n.º 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF.

Dada a pequena participação das compras das requerentes nas vendas totais de óleo combustível, lâmpadas e rolamentos, conclui-se que não há possibilidade de exercício de poder de monopólio.

¹³ Ver resposta ao Ofício n.º 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF.

¹⁴ Ver Resposta ao Ofício n.º 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF.

4.2.3 Coordenação de Poder de Venda

Nesse aspecto, valem as considerações feitas a respeito da troca e compartilhamento de informações através do portal, concluindo-se que, caso haja um perfeito funcionamento do sistema de segurança do portal, a possibilidade de exercício de poder de mercado coordenado é restrita. Além disso, cabe lembrar que uma premissa básica do portal Pakprint é a de independência das lojas¹⁵.

Assim, se existe algum cartel para algum bem ou serviço transacionado via portal, então este cartel já existe previamente à instalação do mesmo.

4.2.4 Exclusão

Tem sido comum a constituição de portais a partir de uma associação entre as principais empresas de uma determinada indústria. Nesse caso, existe a preocupação de que, caso o uso do portal represente um aumento de eficiência significativo, os proprietários do portal neguem o acesso a seus principais competidores, como uma forma de tentar elevar o custo dos rivais.

No caso da Pakprint, esse problema não ocorre uma vez que o portal é aberto para qualquer empresa¹⁶.

Outra preocupação se refere à possibilidade de que as pequenas e médias empresas sejam excluídas do serviço prestado pelo portal caso a taxa cobrada para adesão seja proibitiva ou caso recebam um tratamento diferente das grandes empresas no uso do portal. A esse respeito, as requerentes informaram que o objetivo de disponibilizar diferentes tipos de lojas virtuais tem o intuito justamente de facilitar o acesso dessa tecnologia a um custo acessível para todos os participantes da cadeia produtiva em que o portal está inserido, permitindo, portanto, que tanto grandes quanto pequenas empresas possam ter uma loja no portal.

¹⁵ Ver Resposta ao Ofício n.º 4053/COINP/COGPI/SEAE/MF.

¹⁶ Ver Resposta ao Ofício n.º 5045/COINP/COGPI/SEAE/MF.

5. RECOMENDAÇÃO

Tendo em vista que o contexto tecnológico onde irá atuar a empresa formada a partir da realização da operação se transforma com grande rapidez, não se pode prever com exatidão a inexistência de efeitos nocivos decorrentes da mesma. Assim, nada impede que, no futuro, o portal criado hoje pelas requerentes passe a atuar de forma diferente.

Dessa forma, visando garantir que o portal objeto do presente ato de concentração seja tão somente mais um meio de negócio entre empresas do setor de papel e celulose, sem prejuízo à concorrência, conclui-se, do ponto de vista estritamente econômico, e tendo em vista os elementos disponibilizados até o momento para análise, pela aprovação da operação, mediante a assunção dos seguintes compromissos por parte das requerentes: (i) não obrigar os lojistas de Pakprint a utilizarem o portal como exclusivo meio de transações; (ii) não criar ou utilizar mecanismos que obriguem os lojistas da Pakprint a utilizarem o portal por períodos de tempo determinados, impedindo-os de fornecerem seus produtos por outros meios; (iii) não estabelecer mecanismos que possam restringir o acesso, uso, participação, organização ou estabelecimento de outro portal por parte dos lojistas de Pakprint; (iv) utilizar serviços de empresa independente para auditoria de segurança do portal, que ateste em seus relatórios a independência das lojas virtuais, ou seja, a inexistência de troca de informações entre as lojas virtuais, excetuando-se as informações de domínio público ou aquelas que são geradas durante a realização de uma transação de compra e venda de determinado produto através do portal (o que não exclui a possibilidade de auditoria realizada pelo próprio Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, dentro dos limites legais); (v) informar ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência qualquer alteração no objeto social de Pakprint ou em seu modelo de negócio (incluindo qualquer alteração no funcionamento do Grupo de Compras); (vi) divulgar no portal a lista de todas as empresas cadastradas, desde que Pakprint esteja autorizada pelas mesmas a fazê-lo; e (vii) comunicar ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência a entrada de qualquer novo sócio no portal.

À consideração superior

MARCELO LEANDRO FERREIRA
Técnico

MAURÍCIO CANÊDO PINHEIRO
Técnico

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE
Coordenadora Geral

De acordo.

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Secretário Adjunto

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico

ANEXO I

Linhas de Produtos/Serviços Ofertados
por cada uma das Requerentes no Brasil e no Mercosul

	Suzano	Klabin	Votorantim	Ripasa	International Paper
Papel de Imprimir e Escrever	X		X		
Papel Couché	X		X	X	
Papel Cartão	X			X	
Serviços de Reflores-tamento	X				
Celulose		X	X		X
Papéis e Artefatos de Papel (Caixas de Pa-pelão Ondulado, Sa-cos e Envelopes)		X			
Papéis Autocopiativos			X		
Papel Térmico e Ou-tros Papéis Especiais			X		
Papel MasterSet				X	
Papel Cartolina				X	
Papel Não-Revestido sem Pasta					X