



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

Parecer n.º 264 COINP/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 03 de julho de 2001.

Referência: Ofício SDE/GAB n.º 3434/00, de 23 de junho de 2000.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º 08012.003972/00-37

Requerentes: *Lapeyre S.A. e Construmega - Megacenter da Construção Ltda.*

Operação: *Aquisição da Construmega - Megacenter da Construção Ltda. pela Lapeyre S.A.*

Recomendação: *Aprovação, sem 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 LAPEYRE S.A. e CONSTRUMEGA – MEGACENTER DA CONSTRUÇÃO 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 - Lapeyre S.A.

A Lapeyre S.A. (doravante Lapeyre) é uma empresa francesa de capital aberto, com ações cotadas na Bolsa de Paris. É controlada pela Poliet, *holding* pertencente ao Grupo Saint-Gobain¹. A Lapeyre é uma revendedora de material de construção, mas não possui lojas no Brasil (atua somente na Europa). Por sua vez, o Grupo Saint-Gobain, atua no segmento de produtos minerais não-metálicos. No Brasil, o grupo possui como subsidiárias as seguintes empresas: Argamassas Quartzolit Ltda. (doravante Quartzolit), Eterbrás Tec. Ind. e Com. Ltda., Brasilit S/A (doravante Brasilit), Carborundum do Brasil Ltda., Cia. Metalúrgica Barbará, Cia Vidraria Santa Marina, Saint-Gobain Abrasivos Ltda., Norton Cerâmicas Técnicas Ltda., Eldorado Exportação e Serviços Ltda., Fundação Aldebarã Ltda., e Keramus Cerâmicas Especiais Ltda. Essas subsidiárias desenvolvem todas as atividades empreendidas pelo grupo em nível mundial, exceto venda e distribuição de material de construção.

Em 1999, o faturamento mundial do grupo foi de aproximadamente R\$ 41,7 bilhões (R\$ 2 bilhões no Brasil e R\$ 2,18 no Mercosul). Por sua vez a Lapeyre obteve faturamento mundial de aproximadamente R\$ 2,18 reais em 1999².

No que diz respeito a recentes fusões, aquisições e/ou *joint ventures* com participação de empresas do Grupo Saint-Gobain, cabe salientar as operações envolvendo as empresas Argamassas Quartzolit Ltda., Norton Cerâmicas Avançadas Ltda., Fundação Aldebarã Ltda., Casil Indústria e Comércio Ltda. e Keramus Cerâmicas Especiais Ltda.

1.2 - Construmega – Megacenter da Construção Ltda.

A Construmega – Megacenter da Construção Ltda. (doravante Construmega) é uma empresa que foi constituída em 26 de maio de 2000, de propriedade de Lázaro Paulino da Rosa e Rinaldo Grecco. A Construmega atua no comércio atacadista e varejista de material de construção e possui seis lojas, todas no estado de São Paulo, conforme descrito na Tabela 1³. Os proprietários da Construmega possuem outras duas empresas que atuam no comércio de material de construção, Telhanorte – Materiais para Construção Ltda. e Distribuidora de Materiais de Construção Telhanorte Ltda. (doravante as duas empresas serão chamadas genericamente de Telhanorte), cada uma com duas lojas, localizadas em São Paulo e/ou Guarulhos.

¹ A Poliet possui 74,9% do capital social da Lapeyre.

² Conversões feitas a partir da média do preço de venda do dólar em 1999 (US\$1,00 = R\$ 1,816).

³ Obviamente, por ter sido constituída em 2000, a Construmega não obteve faturamento em 1999.

Tabela 1
Lojas da Construmega e da Telhanorte

Lojas	Localização
Construmega	
Loja Praia Grande	Praia Grande – SP
Loja Campinas	Sumaré – SP
Loja Santo André	Santo André – SP
Show Room	São Paulo – SP
Loja Francisco Morato	São Paulo – SP
Loja Jundiaí	Jundiaí – SP
Telhanorte	
Loja Fernão Dias	São Paulo –SP
Loja Sete de Setembro	Guarulhos –SP
Loja Castelo Branco	São Paulo –SP
Loja Remédios	São Paulo –SP

Fonte: Requerentes.

2- Da Operação

Trata-se de uma aquisição: a Lapeyre adquiriu 60% das quotas do capital social da Construmega. Lázaro Paulino da Rosa e Rinaldo Grecco, além de continuarem pessoalmente na gestão da empresa, permanecem, através de suas *holdings* individuais, com 20% do capital cada um. O valor da operação é de aproximadamente R\$ (confidencial). A Tabela 2 detalha o impacto da operação na composição social da Construmega.

Tabela 2
Composição Social da Construmega

Quotistas	Participação Antes da Operação	Participação Depois da Operação
Lázaro Paulino da Rosa	50%	
Rinaldo Grecco	50%	
Lapeyre		60%
Lalipar Participações S/C Ltda.*		20%
Rinter Participações S/C Ltda.**		20%

*Holding pertencente a Lázaro Paulino da Rosa.

** Holding pertencente a Rinaldo Grecco.

Fonte: Requerentes.

(Confidencial)

Ao término da operação a Construmega deterá nove lojas, as seis que já pertenciam a Construmega e as lojas Marginal, Fernão Dias e Vila Galvão da Telhanorte.

3- Definição do Mercado Relevante

3.1- Dimensão Produto

O Grupo Saint-Gobain, através de suas subsidiárias brasileiras e no Mercosul, produz uma ampla gama de produtos. Incluem-se entre eles vidro plano, embalagens de vidro, lã de vidro para isolamento, fibras de vidro de reforço (*fiberglass*), telhas e caixas d'água de fibrocimento, argamassas, rebolos e lixas, tubos e conexões de ferro fundido, produtos de alta alumina, ferramentas diamantadas, carbetos de silício e cerâmicas técnicas.

Por sua vez, a Construmega atua na comercialização de material para construção, vendendo desde produtos básicos como cimento, ferro e material elétrico aos materiais de acabamento como pisos, azulejos cerâmicos, materiais sanitários e tintas. Ao todo são cerca de 30.000 itens vendidos aos consumidores finais, profissionais e construtoras. vendas são feitas pelo sistema auto-compra (o cliente compra o produto e leva a mercadoria na hora) ou através de entrega posterior no local da obra ou depósito do cliente.

Dos produtos ofertados pela Grupo Saint-Gobain, somente telhas e caixas d'água de fibrocimento, caixas d'água de polietileno (produzidas pela Brasilit), argamassas (produzidas pela Quartzolit) e lixas (produzidas pela Norton) são vendidos pelas lojas da Construmega.

Nota-se facilmente que não há qualquer tipo de sobreposição horizontal entre os produtos da Construmega e do Grupo Saint-Gobain. A primeira atua na comercialização de material de construção enquanto as empresas do Grupo Saint-Gobain atuam, entre outras atividades, na fabricação de alguns dos produtos vendidos pela Construmega.

No entanto, percebe-se uma relação vertical entre a Construmega e o Grupo Saint-Gobain: a primeira vende ao consumidor final os produtos produzidos pelas empresas Brasilit, Quartzolit e Norton. A Tabela 3 ilustra a relação vertical aqui exposta.

Tabela 3
Produtos Ofertados pela Construmega
e Empresas do Grupo Saint-Gobain

Produtos/Serviços	Grupo Saint-Gobain	Construmega
Fabricação de Vidro Plano	X	
Fabricação de Embalagens de Vidro	X	
Fabricação de Lã de Vidro	X	
Fabricação de Fibras de Vidro de Reforço	X	
Fabricação de Tubos e Conexões de Ferro Fundido	X	
Fabricação de Produtos de Alta Alumina	X	
Fabricação de Ferramentas Diamantadas	X	
Fabricação de Carbureto de Cílcio	X	
Fabricação de Cerâmicas Técnicas	X	
Fabricação de Telhas de Fibrocimento	X	
Fabricação de Caixas D'Água de Fibrocimento	X	
Fabricação de Caixas D'Água de Polietileno	X	
Fabricação de Argamassas	X	
Fabricação de Lixas	X	
Venda de Telhas de Fibrocimento		X
Venda de Caixas D'Água de Fibrocimento		X
Venda de Caixas D'Água de Polietileno		X
Venda de Argamassas		X
Venda de Lixas		X

Fonte: Requerentes.

(a) Argamassas

Argamassas são produtos utilizados na colocação de pisos e azulejos cerâmicos e revestimento de paredes internas e externas, impermeabilizações, etc. Além da produção industrial, essas podem ser preparadas nos próprios canteiros de obra⁴. As argamassas industriais surgiram para facilitar o trabalho de construção, bem como para assegurar a regularidade da qualidade ao longo de toda a obra e reduzir o desperdício. Cabe salientar que atualmente uma boa parcela das argamassas ainda é preparada nos canteiros de obra.

No entanto, além da argamassas produzidas nos canteiros de obra, não existem substitutos para a argamassa industrial. Deste modo as argamassas industriais serão definidas como dimensão produto do mercado relevante no que concerne às argamassas.

(b) Lixas

As lixas, também conhecidas como abrasivos revestidos, são formados por costado, grãos abrasivos e adesivos. O costado é a base da lixa, podendo ser de papel, combinação de pano ou fibra, conforme sua finalidade. Os grãos abrasivos são obtidos através de minerais triturados, formando partículas que são classificadas com números, também conhecidos como "grana". É a partir do tamanho dos grãos de uma

⁴ Há alguns anos, todas as argamassas eram produzidas nos canteiros de obras.

lixa que se define sua granulometria. Os adesivos são responsáveis pela fixação dos grãos do costado. Com uma grande variedade de formatos, tamanhos e granulometrias, as lixas são indicadas para aplicações profissionais e industriais, em operações de desbaste, acabamento e polimento em materiais como madeira, vidro, couro, metais ferrosos e não-ferrosos. Deste modo, as lixas podem ser classificadas segundo dois atributos: aplicação e granulometria.

No que concerne à aplicação tem-se que as lixas podem ser agrupadas em: (i) desbaste e acabamento de madeiras, remoção de tintas e vernizes (lixa madeira); (ii) lixamento de paredes para remoção de resíduos de massa, tintas e vernizes (lixa massa); (iii) lixamento de metais para remoção de ferrugem e tintas (lixa ferro); (iv) desbaste e acabamento em massas plásticas, lixamento de primer e acabamento final (lixa d'água); (v) lixamento a seco (lixa anti-empastante); (vi) raspagem de tacos e assoalhos de madeira (lixa assoalho); (vii) desbaste e acabamento em superfícies metálicas (lixa metálica); (viii) lixamento e acabamento em mármore e granitos (lixa mármore); e (ix) lixamento mecanizado de madeiras em geral para desbaste, remoção e nivelamento de superfícies (cinta estreita para lixamento de madeira).

Por sua vez, a Tabela 4 discrimina as possíveis granulometrias para os diversos tipos de lixa.

Tabela 4
Classificação de Lixas Segundo sua Granulometria

Lixas	Granulometrias
Lixa Madeira	50, 60, 80, 100, 120, 150, 180 e 220
Lixa Massa	50, 60, 80, 100, 120, 150 e 180
Lixa Ferro	36, 40, 50, 60, 80, 100, 120, 150, 180, 220, 240, 280 e 320
Lixa D'água	80, 100, 120, 150, 180, 220, 240, 280, 320, 360, 400, 500 e 600
Lixa NO-FIL Anti-Empastante	80, 100, 120, 150, 180, 220, 240, 280, 320, 360 e 400
Lixa Assoalho	16, 20, 24, 30, 36, 40, 50, 60, 80, 100 e 120
Lixa Metálica	16, 24, 36, 50, 60, 80, 100 e 120
Lixa Mármore	24, 36, 60, 120, 180, 220, 320, 400, 600, 800 e 1200
Cinta Estreita para Lixamento de Madeira	60, 80 e 120

Fonte: Requerentes

A substituição entre os diversos tipos de lixas é possível, embora em geral acarrete uma piora do desempenho. No que tange à aplicação, há alguma substituição entre a lixa madeira e a lixa massa e entre a lixa d'água e a lixa NO-FIL anti-emplastante. A lixa ferro não possui substitutas. Com respeito a granulometria, pode ser feita afirmação análoga: lixas com granulometrias próximas (80 e 100, por exemplo) são, de certa maneira, substitutas.

Sendo assim, poderiam ser definidos mercados distintos para diferentes aplicações e/ou granulometria de lixas. No entanto, há substituição pelo lado da oferta na fabricação dos diversos tipos de lixa: o custo e o tempo necessário para adaptação das máquinas são pequenos (na hora da produção basta adequar as condições operacionais de cada equipamento para o tipo de produto a ser fabricado). Deste modo, no que tange às lixas, define-se somente um mercado relevante, englobando todas as aplicações e granulometrias.

(c) Caixas d'água

Caixas d'água são utilizadas para reservatórios de água para todos os tipos de construções, residenciais e industriais. As caixas d'água produzidas a partir de fibrocimento são substitutas muito próximas daquelas fabricadas com polietileno, poliéster com fibra de vidro e/ou aço inox, bem como possuem exatamente a mesma aplicação: armazenamento de água.

As diferenças entre os diversos tipos de caixa d'água reside no peso (a de plástico são bem mais leves, facilitando a instalação e o transporte) e no tipo de instalação (a de plástico deve ter seu fundo completamente apoiado). Além disso, as caixas d'água de fibrocimento são menos duráveis e de higienização mais difícil. Sendo assim, cabe salientar que as caixas d'água de fibrocimento possuem preço mais baixo: as de poliéster com fibra de vidro e de polietileno são cerca de duas vezes mais caras e as de aço inox possuem preço aproximadamente três vezes mais alto.

Deste modo, dada a diferença de preço, não convém incluir no mesmo mercado as caixas d'água de fibrocimento e as demais. Dada a grande diferença de preços, um pequeno porém não-transitório aumento de preço (5% por exemplo) praticado por um suposto monopolista não deslocaria parte significativa da demanda de caixa d'água de fibrocimento para os demais tipos de caixas d'água⁵. Por outro lado, dada a similaridade dos preços e da aplicação, cabe incluir no mesmo mercado as caixas d'água de polietileno e as de poliéster com fibra de vidro.

Deste modo, no que diz respeito a caixas d'água, os mercados relevantes são dois: (i) caixas d'água de fibrocimento; e (ii) caixas d'água de polietileno e poliéster com fibra de vidro.

(d) Telhas

Os diversos tipos de telhas disponíveis no mercado podem ser utilizadas em todos os tipos de construção. Naturalmente, cada telha, por suas especificidades estéticas, dimensões, peso e preço, tem maior aplicação em alguns tipos de construção. A telha de barro tem maior aplicação em construções residenciais. As telhas metálicas são mais utilizadas em construções industriais e comerciais, sobretudo de grande porte. As telhas de fibrocimento, produzidas pela Brasilit, têm aplicação tanto em construções residenciais, sobretudo para população de menor renda, como em construções industriais e comerciais.

Embora haja certo grau de substituição entre os diversos tipos de telhas entende-se que as diferenças nas aplicações, no preço e nas características justificam a definição de um mercado separado para telhas de fibrocimento. O argumento aqui é análogo ao utilizado na definição da dimensão produto para caixas d'água. O preço do m² das

⁵ As caixas d'água de fibrocimento são essencialmente demandadas pela população de renda mais baixa.

telhas de fibrocimento (espessura 4mm) são em média 2 vezes menores do que as de barro, 2,5 vezes mais baixas do que as de fibra de vidro e 4 vezes menores do que as de polietileno. A diferença ainda é maior no caso das telhas metálicas e de concreto. No mais ainda há diferenças quanto a aplicação.

Deste modo, define-se como dimensão produto do mercado relevante as telhas de fibrocimento.

(e) Comercialização de Materiais de Construção

A princípio, poder-se-ia pensar na definição de mercados diferenciados para vendas de material de construção no atacado e à varejo. Grandes consumidores possuem volume maior de compras, o que torna economicamente viável uma pesquisa mais abrangente de preços e condições de compra. Por sua vez, os pequenos consumidores se limitam a comprar uma gama menor de produtos. Além disso, suas compras são em geral esporádicas quando comparadas aos grandes consumidores (lembre-se que entre os grandes consumidores se encontram construtoras e empreiteiras). No entanto, no contexto da operação aqui analisada, não se vislumbra a necessidade de definição mais detalhada da dimensão produto para comercialização de materiais de construção, uma vez que a operação não enseja maiores preocupações concorrenciais (ver seções 4 e 5)

Também não há sentido em se definir mercados distintos para comercialização de diferentes materiais de construção, pelo menos daqueles ofertados pelo Grupo Saint-Gobain. Embora existam lojas especializadas, de maneira geral as lojas de material de construção vendem uma imensa gama de produtos.

Sendo assim, entende-se que, para análise desta operação, qualquer segmentação mostra-se desnecessária. Conforme será mostrado na seção 4, o mercado de venda de material de construção – atacado e varejo – é bastante pulverizado e caracterizado pelo grande número de empresas, cada uma delas com poucas lojas.

3.1.1 – Da Não Existência de Substituição pelo Lado da Oferta entre Diversos Materiais de Construção Produzidos a Partir de Fibrocimento

Na definição da dimensão produto, poder-se-ia pensar na substituição entre diversos materiais de construção produzidos a partir de fibrocimento. No entanto, essa substituição é economicamente inviável.

Além de telhas e caixas d'água, existe uma pequena produção de chapas planas que são utilizadas como divisórias e/ou forros. No entanto, os equipamentos utilizados para produção de telhas são diferentes daqueles utilizados na fabricação de caixas d'água. Não há possibilidade de transformação de linhas de produção de telhas em linhas de produção mecanizadas de caixas d'água e vice-versa.

Há muitos anos, usava-se material produzido nas máquinas produtoras de telhas para fabricação manual de caixas d'água. Entretanto, embora isso ainda hoje seja possível, não se costuma lançar mão desse expediente dada as condições penosas de

trabalho que envolvem. Sendo assim, na prática, não há substituição entre as linhas de produção de telhas e caixas d'água de fibrocimento.

3.1.2 – Da Não Existência de Substituição pelo Lado da Oferta entre os Diversos Materiais de Construção Produzidos a Partir de Polietileno e/ou Plástico

Na definição da dimensão produto, poder-se-ia pensar na substituição pelo lado da oferta entre diversos materiais de construção produzidos a partir de plástico e/ou polietileno (caixas d'água, tubos e conexões, acessórios de instalações elétricas, interruptores, tomadas, assentos para vasos sanitários, caixas de descarga, calhas e condutores, telhas translúcidas, mangueiras, esquadrias etc.). Existem vários processos de fabricação de produtos plásticos: injeção, extrusão, sopro, *vacuum forming* e rotomoldagem.

A Brasilit fabrica caixas d'água de polietileno via rotomoldagem e, segundo informou, não há possibilidade de se usar tais equipamentos para a produção de outros produtos plásticos para construção. Outras empresas utilizam o processo de injeção para a fabricação de caixas d'água. Embora as linhas de produção possam ser usadas na fabricação de outros produtos, tem-se que a adaptação é custosa e demorada. A adaptação do equipamento que fabrica caixas d'água para produção de outros produtos de polietileno demora (confidencial) a um custo que pode chegar a R\$ (confidencial)⁶.

Deste modo, dado o custo e tempo envolvidos na adaptação dos equipamentos, entende-se que não há substituição pelo lado da oferta entre diversos materiais de construção produzidos a partir de polietileno e/ou plástico.

3.2 - Dimensão Geográfica

(a) Argamassas, Lixas, Telhas de Fibrocimento e Caixas d'água

Para as lixas, há indícios de que o mercado geográfico relevante é o nacional. Não há custos e/ou características do produto que justifiquem a definição de um mercado menos amplo. Também não há sentido em se definir mercado geográfico mais abrangente. Embora exista importação, nota-se que elas são relativamente pequenas (ver Tabela 5). No entanto, cabe salientar que grande parte dessas importações são feitas por revendedores e não se configuram como importações independentes.

⁶ Nesse caso, a adaptação consiste no projeto e confecção de um molde específico para o novo produto a ser fabricado.

Tabela 5
Produção, Importação e Exportação de Lixas (em m² x 1000)

Ano	(a) Produção Doméstica*	(b) Vendas Domésticas**	(c) Importações***	(c)/(a)	(c)/(b)
1996	32000	27246	Não disponível	-	-
1997	32700	27711	1900	5,81%	6,86%
1998	31600	26736	2000	6,33%	7,48%
1999	32900	27285	2700	8,21%	9,90%
2000	35000	28240	3300	9,43%	11,69%

* Não existem dados confiáveis sobre a produção doméstica. Estimou-se a produção brasileira a partir da seguinte igualdade PRODUÇÃO NACIONAL=VENDAS DOMÉSTICAS+EXPORTAÇÕES-IMPORTAÇÕES (ignorando-se variação de estoque). Os valores foram arredondados.

** Não inclui o volume de vendas de não associados à SINAESP. Estima-se que o volume de vendas de não associados corresponda a algo entre 3% e 5% do mercado.

*** Dados disponíveis em valores monetários. A partir desses valores fez-se estimativa em unidades (m² x 1000)

Fonte: Estimativas das requerentes baseadas em dados do SINAESP.

Para os demais materiais de construção ofertados pelo Grupo Saint-Gobain, isto é, argamassas, telhas de fibrocimento e caixas d'água de fibrocimento e polietileno, há evidências de que o mercado geográfico é de âmbito regional. No caso particular dos materiais produzidos em fibrocimento, o transporte é difícil (há risco de danificação dos produtos). No que diz respeito a argamassa, a definição de mercados regionais se dá pela dificuldade em se adquirir matérias-primas (areia, por exemplo) em escala nacional. Uma evidência a favor da definição de mercados regionais é o fato de que o Grupo Saint-Gobain possui diversas plantas para produção de argamassas, telhas e caixas d'água espalhadas pelo território nacional, cada uma atendendo uma região específica.

Entretanto, não se vê a necessidade de definição mais precisa da dimensão geográfica dos mercados de argamassas, telhas de fibrocimento e caixas d'água de fibrocimento e polietileno, pois a operação não enseja concentração horizontal e integração vertical verificada não é significativa (ver seções 4 e 5).

(b) Comercialização de Materiais de Construção

Para comercialização de materiais de construção, há indícios de que o mercado geográfico é de âmbito menor do que estadual. Possivelmente este mercado é de âmbito municipal ou ligeiramente mais/menos abrangente.

Em primeiro lugar, conforme esclarecido pelas requerentes, os principais clientes da Construmega se encontram nas proximidades de suas lojas, em geral no mesmo município. Além disso, ainda de acordo com as requerentes, as principais localidades

onde a Construmega comercializa materiais de construção abrangem a cidade onde cada loja se localiza e algumas cidades próximas, conforme ilustrado pela Tabela 6:

Tabela 6
Localidades Atendidas pelas Lojas da Construmega

Loja	Localidades Atendidas
Loja Praia Grande	Praia Grande, Santos, São Vicente, Cubatão, Mongaguá, Itanhaém, Peruíbe e Bertioga
Loja Campinas	Campinas, Sumaré, Americana, Hortolândia, Limeira, Paulínia, Santa Bárbara d'Oeste, Indaiatuba, Valinhos, Rio Claro e Piracicaba
Loja Santo André	Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema e Mauá
Show Room	Grande São Paulo
Loja Francisco Morato	São Paulo, Taboão da Serra, Itapeverica da Serra, Osasco e Cotia
Loja Jundiaí	Jundiaí, Campo Limpo, Várzea Paulista, Franco da Rocha, Caieiras, Cabreúva, Itupeva, Louveira, Vinhedo, Itatiba

Fonte: Requerentes

Em segundo lugar, ao apontar as principais concorrentes de cada uma das cinco lojas da Construmega, as requerentes indicaram, em geral, empresas situadas no mesmo município e/ou em municípios vizinhos. A Tabela 7 ilustra esta afirmação.

Outras empresas que comercializam materiais de construção confirmaram esta afirmação indicando que seus concorrentes se localizavam predominantemente no mesmo município ou no máximo em municípios vizinhos e que grande parte de suas vendas e entregas se davam num raio de aproximadamente 20 Km.

Além disso, tem-se que pequenos consumidores (vendas à varejo) em geral se limitam a pesquisar preços e condições de entrega em lojas localizadas próximas à obra, pois possuem o hábito de ir pessoalmente ao revendedor para escolher os materiais a serem utilizados. Para estes consumidores, o frete também é fator importante, dada o pequeno volume de suas compras. Embora algumas lojas entreguem o material de construção na obra sem custo adicional, em geral é cobrado uma taxa que varia com o volume de compras e a distância⁷.

Por outro lado, grandes consumidores (construtoras, empreiteiras etc.) conseguem pesquisar preços e condições em condições mais favoráveis. Como são compradores habituais, em geral possuem grande lista de fornecedores e, comparados aos pequenos consumidores, são capazes de realizar compras em lojas

⁷ Em consulta a diversas lojas de material de construção inferiu-se que o frete cobrado é de, em média, 3% do valor da compra ou uma quantia fixa por quilômetro que varia de R\$ 0,70 à R\$ 2,40.

situadas a distâncias maiores das obras. Dado o volume das aquisições, o frete não se mostra fator tão decisivo na decisão de compra para esses consumidores. No entanto, embora haja indícios de que o mercado de comercialização de material de construção para grandes consumidores seja mais amplo do que para os pequenos consumidores, tem-se evidências de que é, no máximo, de âmbito estadual. Em consulta a grandes consumidores de material de construção inferiu-se que realmente grande parte das compras é feita em lojas próximas aos demandantes.

Tabela 7
Principais Concorrentes da Construmega

Concorrente	Localização
LOJA PRAIA GRANDE	
Arzul	Praia Grande
Casa do Pintor	Praia Grande
Construdecor	Santos
Cosaca	Praia Grande
Hidráulica	Praia Grande
Triângulo	Praia Grande
Vila Material para Construção	Praia Grande
LOJA CAMPINAS	
Bandini	Campinas
Casanova	Campinas
Leroy Merlin	Campinas
Mabavi	Campinas
Madeirense	Campinas
Uemura	Campinas
LOJA SANTO ANDRÉ	
Center Castilho	São Bernardo do Campo
Center Líder	São Bernardo do Campo
Dolmen	Santo André
Madeirense	Santo André
Masuko	Santo André
Tumkus & Tumkus	Santo André
Uemura	Santo André
SHOW ROOM	
Center Líder	São Paulo
Madeirense	São Paulo
Portobelo	São Paulo
Recesa	São Paulo
LOJA FRANCISCO MORATO	
Casa Alegre	São Paulo
Center Castilho	São Paulo
Conibase	São Paulo
Conibra	São Paulo
Construdecor	São Paulo
Jaú	São Paulo
Uemura	São Paulo
LOJA JUNDIAÍ	
Casa Garcia	Jundiaí
Depósito Bruno	Jundiaí
Mabavi	Vinhedo
Tortorello	Jundiaí
Uemura	Jundiaí

Fonte: Requerentes

Entretanto, mais uma vez não parece ser necessária uma divisão do mercado. Conforme fica claro nas seções 4 e 5, a operação não enseja preocupações concorrenciais e, em qualquer dimensão geográfica considerada, o mercado de comercialização de materiais de construção é bastante pulverizado.

4- Possibilidade do Exercício do Poder de Mercado

4.1- Determinação da Parcela de Mercado

As participações de mercado das empresas do Grupo Saint-Gobain nos mercados de argamassas, lixas, telhas de fibrocimento e caixas d'água e da Construmega/Telhanorte no mercado de comercialização de materiais de construção, bem como de suas principais concorrentes, estão disponibilizadas nas Tabelas 8,9,10 e 11 (todas com relação ao ano de 1999). Cabe salientar que, embora os mercados para materiais de construção (exceção das lixas) sejam regionais, optou-se, para efeito de simplificação, por exibir as participações em âmbito nacional, pois as participações das empresas do Grupo Saint Gobain e a estrutura de mercado (geralmente concentrada) são semelhantes em todas as regiões.

Tabela 8
Estrutura de Oferta no Mercado Nacional
de Telhas e Caixas D'água de Fibrocimento

Empresas	Participação (Telhas)	Participação (Caixas D'água)
Brasilit S.A.	26,8%	21,8%
Eternit S.A.	21,3%	23,1%
Isdralit Ind. E Comércio Ltda.	16,2%	13,6%
Imbralit Ltda.	7,4%	7,5%
Multilit Fibrocimento	6,9%	3,4%
Infibra Ltda./Permatex Ltda.	6,5%	7,5%
Precon Industrial S.A.	4,1%	4,8%
Sano S.A. Ind. e Comércio	3,5%	8,2%
Precon Goiás Industrial Ltda.	3,0%	2,7%
Confibra Ind. e Com. Ltda.	2,7%	2,0%
Dois Irmãos Ltda.	0,6%	1,4%
Casalit Ind. e Com. Ltda.	1,0%	4,1%

Fonte: Estimativas das requerentes

Tabela 9
Estrutura de Oferta no Mercado Nacional de Argamassas

Empresas	Participação
Saint-Gobain Quartzolit Ltda.	60%

Cia. De Cimento Portland Itaú	17%
Usina Fortaleza I.C.M.F. Ltda.	3%
Cerâmica Portobello S.A. (Portokoll)	2%
Argamassas Bindamax do Brasil Ltda. (Liqafix)	2%
Imar – Ind. Mineira de Argamassas	2%
Outros	13%
Total	100%

Fonte: Estimativas das requerentes

Tabela 10
Estrutura de Oferta no Mercado Nacional de Caixas D'água de Polietileno e
Poliéster com Fibra de Vidro

Empresas	Participação
Brasilit	17,80%
Eternit	10,17%
Isdralit	9,32%
Sano	7,63%
Imbralit/Infibra	5,08%
Torres S.A.*	3,36%
Outros**	46,64%
Total	100%

* Fabricante de caixas d'água de fibra de vidro. As demais empresas discriminadas produzem caixas d'água de polietileno.

** Inclui aproximadamente 30 empresas fabricantes de caixas d'água de polietileno e aproximadamente 100 produtores de caixas d'água de fibra de vidro.

Fonte: Requerentes

Não existem dados sobre a participação das diversas concorrentes no mercado brasileiro de lixas. As requerentes estimam que a participação do Grupo Saint-Gobain é da ordem de 60%⁸. No mais, os outros concorrentes são 3M do Brasil Ltda., Alcar Abrasivos Ltda. e Indústria e Comércio Gothard Kaesemodel S.A.

Tabela 11
Estrutura de Oferta no Mercado de Comercialização
de Material de Construção no Estado de São Paulo

Empresas	Nº de Lojas	Faturamento	Participação
Madeirense	10	570	5,6%
Conibra	7	230	2,3%
Uemura Home Center	10	230	2,3%
Center Castilho	5	170	1,7%
Leroy Merlin	4	160	1,6%
Telhanorte	4	149	1,5%

⁸ Estimativa feita somente com base nas vendas das empresas filiadas à SINAESP.

Mundo Novo	5	90	0,9%
Construmega	5	67	0,7%
Castorama	1	50	0,5%
Outros	-	-	82,9%

Fonte: Requerentes

Não há informações sobre a estrutura de mercado em âmbito menor do que o estadual. Embora as participações disponibilizadas na Tabela 11 se refiram ao estado de São Paulo, há fortes indícios de que, mesmo em áreas geográficas menos abrangentes, o mercado de comercialização de materiais de construção é bastante pulverizado.

Uma outra informação relevante é a participação da Construmega e Telhanorte no total de compras de argamassas, lixas, telhas de fibrocimento e caixas d'água de fibrocimento e polietileno. Embora esta informação não esteja disponível, (confidencial) (ver Tabela 12)⁹.

Tabela 12
Participação da Telhanorte no Total de
Vendas das Empresas do Grupo Saint-Gobain

(Confidencial)

Fonte: Requerentes

4.2 – Cálculo do C₄

A Tabela 13 reporta o valor da participação das quatro maiores empresas (C₄) em cada um dos mercados definidos na seção 3.

Tabela 13
C₄ nos Mercados de Argamassas, Lixas, Telhas, Caixas D'água e
Comercialização de Material de Construção

Mercado	C ₄
Argamassas	82%
Lixas	Próximo de 100%
Telhas de Fibrocimento	71,70%
Telhas de Polietileno e de Poliéster com Fibras de Vidro	44,92%
Caixas D'água de Fibrocimento	66,70%
Comercialização de Material de Construção	11,90%

Fonte: Requerentes

Nota-se que os mercados *upstream* são bastante concentrados e que o mercado para comercialização de material de construção é pulverizado.

5 – Probabilidade de Exercício de Poder de Mercado

⁹ (Confidencial).

Embora não impliquem em aumento de concentração, movimentos de integração vertical podem causar impactos negativos no ambiente de competição. Em VISCUSI, VERNON & HARRINGTON (1995) identifica-se alguns dos principais efeitos anticompetitivos que poderiam advir de integração vertical: (a) fechamento de mercados; (b) aumento dos custos dos rivais; (c) maior facilidade da ocorrência de colusão e; (d) aumento das barreiras a entrada¹⁰;

5.1 – Fechamento de Mercados

5.1.1 - Fechamento dos Mercados de Venda de Material de Construção para Fabricantes de Material de Construção

A mera observação da estrutura de oferta e demanda do mercado de distribuição de materiais de construção (ver Tabelas 11 e 12) ilustra a impossibilidade da ocorrência de fechamento do mercado de venda de material de construção para fabricantes desses produtos: a participação da Construmega e da Telhanorte é muito pequena. Deste modo, ainda que a Construmega e a Telhanorte se neguem a vender produtos de empresas concorrentes do Grupo Saint-Gobain, restará uma imensa rede de distribuição para os produtos produzidos por outras empresas *upstream*.

5.1.2 - Fechamento do Mercado de Fabricação de Material de Construção para as Empresas Vendedoras de Material de Construção

Também não se vislumbra possibilidade de fechamento dos mercados de lixas, argamassas, telhas de fibrocimento e caixas d'água para as lojas de material de construção. Em primeiro lugar a rede de lojas da Construmega e Telhanorte não é capaz de escoar a totalidade (ou parcela significativa) da produção das empresas do Grupo Saint-Gobain no Estado de São Paulo, mesmo que houvesse interesse em fazê-lo¹¹. Além disso, a Brasilit, a Norton e a Quartzolit já possuem imensa rede de distribuição para seus produtos e não parece haver o menor interesse em se criar um canal exclusivo de distribuição. A título de ilustração cabe salientar que a Brasilit e a Quartzolit possuem cerca de 5.000 e 20.000 revendedores respectivamente, grande parte deles nas regiões atendidas pelas lojas da Construmega e da Telhanorte.

5.2 – Aumento dos Custos dos Rivais

Sob certas circunstâncias, movimentos de integração vertical podem causar resultados anticompetitivos por meio de um mecanismo conhecido como aumento dos custos dos rivais (do original *rising rivals' costs*). Isto ocorreria quando redução do número de ofertantes resultante da integração vertical permitisse que os fornecedores remanescentes se comportassem de modo anticompetitivo. De modo resumido, a integração vertical poderia gerar um novo mercado fornecedor oligopolizado.

¹⁰ VISCUSI, W.P., VERNON, J.M, HARRINGTON, J.E. *Economics of Regulation and Antitrust*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1995. 2ª edição.

¹¹ Para tal a rede de lojas da Construmega e da Telhanorte deveriam ser significativamente expandidas, o que demandaria muito tempo e investimentos bastante altos.

No entanto, as lojas da Construmega e Telhanorte somente absorvem pequena parcela da produção das empresas do Grupo Saint-Gobain. Deste modo, a estrutura de oferta dos mercados analisados não será afetada de forma significativa.

5.3 – Maior Facilidade de Colusão

Por outro lado, em algumas situações, movimentos de integração vertical poderiam facilitar a colusão em mercados que já eram previamente concentrados. Em U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE (1984) são levantadas duas possibilidades¹².

Se as firmas fornecedoras vêm as vendas para uma particular firma *downstream* suficientemente importantes, eles poderiam evitar a prática de condutas anticompetitivas para garantir os negócios com essa firma. A fusão desse comprador importante com um fornecedor poderia eliminar essa rivalidade, tornando mais fácil a colusão.

Embora os mercados *upstream* sejam em geral bastante concentrados (ver Tabela 13), a operação não deve tornar mais fácil a colusão. Não há evidências de que a Construmega e/ou a Telhanorte se configurem em compradores estratégicos, tal como definido no parágrafo anterior, pois a participação destas empresas no total das compras de material de construção é pequena (ver Tabela 12).

Além disso, no caso de verticalização de firmas *upstream* com a rede de distribuição, a colusão pode ser facilitada pelo aumento da possibilidade de se monitorar os preços cobrados ao consumidor final. No entanto, de acordo com U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE (1984) a ocorrência de colusão somente é provável se: (i) os mercados *upstream* são concentrados; e (ii) grande parte dos produtos *upstream* passarem a ser vendidos através de redes verticalmente integradas após a operação.

Embora os mercados de lixas, argamassas, telhas de fibrocimento e caixas d'água sejam concentrados, a segunda condição não se verifica: somente uma pequena parte das vendas serão efetuadas pela rede integrada formada pelas empresas do Grupo Saint-Gobain e da Construmega/Telhanorte (ver seção 5.1.1 e Tabela 12).

5.4 – Aumento das Barreiras à Entrada

A integração vertical poderia dificultar a entrada de novas firmas em ambos os mercados. No entanto, para tal, seria necessário que a verticalização fosse tal que os entrantes fossem obrigados a entrar simultaneamente nos dois mercados.

Certamente este não é o caso. Conforme já salientado a integração vertical observada é pequena e não há nenhum indício de que a entrada em qualquer um dos mercados *upstream* (*downstream*) aqui analisados deva ser necessariamente acompanhada de entrada no mercado *downstream* (*upstream*).

5.5 – Conclusão

¹² U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE. *U.S. Department of Justice Merger Guidelines*. June 14, 1984.

Dado o exposto, pode-se concluir que a probabilidade de exercício do poder de mercado como resultado da operação analisada é baixa. Desse modo, não se faz necessário passar para as etapas seguintes desta análise.

6- Recomendação

A operação é passível de aprovação sob o ponto de vista estritamente econômico, pois não existe concentração horizontal e a relação vertical verificada entre o Grupo Saint-Gobain e a Construmega, na produção e comercialização de materiais de construção, não viabiliza o exercício unilateral e/ou coordenado de poder de mercado.

À consideração superior.

MAURÍCIO CANÊDO PINHEIRO
Técnico

ISABEL RAMOS DE SOUSA
Coordenadora COINP

CRISTIANE ALKMIN JUNQUEIRA SCHMIDT
Coordenadora Geral

De Acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico