



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
**Secretaria de Acompanhamento Econômico**

Parecer nº 06235/2003/RJ

COCON/COGPI/SEAE/MF

Em 14 de outubro de 2003.

**Referência:**

**Assunto:** ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º  
**08012.004224/2003-14**

**Requerentes:** Reckitt Benckiser (BRASIL)  
LTDA e Clorox do Brasil LTDA.

**Operação:** Aquisição, pela Reckitt Benckiser  
Ltda., dos ativos e direitos sobre a marca “X-  
14 e M-14” do negócio de produtos de  
limpeza doméstica da Clorox do Brasil Ltda.

**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 as empresas **Reckitt Benckiser (BRASIL) LTDA e Clorox 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.**

**I.1 – Reckitt Benckiser (Brasil) Ltda.**

A Reckitt Benckiser (Brasil) Ltda., doravante denominada “Reckitt Benckiser”, é uma empresa de capital aberto constituída de acordo com as leis dos Estados Unidos da América. A empresa produz e comercializa produtos para uso doméstico, nos segmentos de limpeza doméstica, inseticidas, higiene pessoal e cuidados com a saúde.

A Lancaster Square Holdings, S.L. e a R&C Nominees Limited detêm o controle acionário da Reckitt Benckiser com 99,0% e 1,0%, respectivamente.

O Grupo Reckitt Benckiser, diretamente ou através de suas integrantes, possui participações acionárias nas seguintes empresas:

- Fenla Indústria e Comércio e Administração Ltda.
- Reckitt Benckiser Arfitina S/A.

O faturamento do grupo Reckitt Benckiser em todo o mundo atingiu o valor de R\$ 5,03 bilhões<sup>1</sup>. No Mercosul, suas vendas totalizaram R\$ 381,81 milhões e, no Brasil, R\$ 342,74 milhões, no exercício de 2002.

No decorrer dos últimos três anos, o grupo Reckitt Benckiser, em 31/03/2003, adquiriu os ativos e direitos sobre a marca “SBP” do negócio de inseticidas domésticos da Clorox do Brasil Ltda. O ato encontra-se em fase de análise no âmbito do Sistema Brasileiro de Defesa de Concorrência (Ato de Concentração nº 08012.002877/2003-69).

## **I.2 – Clorox do Brasil Ltda.**

A Clorox do Brasil Ltda. (Clorox) pertence ao grupo norte-americano Clorox. A empresa produz e comercializa produtos para uso doméstico, em especial produtos de higiene e limpeza. O Grupo Clorox possui uma subsidiária no Mercosul – Clorox Argentina.

O faturamento do grupo Clorox em todo o mundo atingiu o valor de R\$ 11,68 bilhões. No Mercosul, suas vendas totalizaram R\$ 706,10 milhões e, no Brasil, R\$ 383,26 milhões, no exercício de 2002.

No decorrer dos últimos três anos, o grupo Clorox não participou de aquisições, fusões, associações ou constituições conjuntas no Brasil ou nos demais países do Mercosul.

## **II – Da Operação**

Trata-se de uma aquisição. Pela presente operação, através do *Trademark Sale and Purchase Agreement*, a *Kaleidoscope Enterprises Inc.*, empresa do grupo Reckitt está adquirindo da *The Clorox International Company*, os direitos de uso das marcas “X-14” e “M-14” no Brasil. Segundo as requerentes a marca “M-14” não possui nenhum produto a ela vinculado, enquanto que a marca “X-14” é utilizada em produtos de limpeza.

Paralelamente à assinatura do *Trademark Sale and Purchase Agreement* a Reckitt Benckiser celebrou com a Clorox o *Sale Purchase Agreement*, pelo qual adquire o *know how* de fabricação e a lista de clientes relativa aos limpadores “X-14”.

---

<sup>1</sup> Valores em dólares convertidos para real com base na cotação média do ano 2002, taxa de venda, no valor de R\$/US\$: 2,92. Fonte: BACEN.

Os ativos envolvidos na operação constam do direito ao uso da marca de limpadores “X-14” listados no *Trademark Sale and Purchase Agreement*, bem como de seus logotipos, rótulos e uso da marca “M-14”.

### III – Definição do Mercado Relevante

#### III.1 – Dimensão Produto

Os produtos ofertados no mercado nacional pelas empresas envolvidas na operação são apresentados no Quadro I.

Embora os Grupos envolvidos na operação atuem em diversos segmentos de mercado, para efeito de simplificação, os produtos elencados no Quadro I dizem respeito somente ao negócio adquirido pela Reckitt Benckiser.

**Quadro I**

#### **Produtos Ofertados pelas Requerentes no Mercado Nacional**

<b>Produtos</b>	<b>Empresas</b>	<b>RECKITT</b>	<b>NEGÓCIO DE LIMPADORES</b>
<b>Produtos de limpeza doméstica</b>		<b>X</b>	<b>X (X-14)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concentrados para limpeza</li> <li>• Desinfetantes</li> <li>• Detergentes</li> <li>• Limpador multiuso e especialistas</li> <li>• Água Sanitária</li> <li>• Álcool</li> </ul>			
Inseticidas de uso doméstico		X	
Repelentes para uso pessoal		X	

Fonte: requerentes.

No que diz respeito à marca “X-14” (Clorox), cabe esclarecer que ela é comercializada com as seguintes apresentações: X-14 Desengorduante; X-14 Banheiro; X-14 Tira Limo; e X-14 Multiuso (produto de limpeza geral/multiuso).

Esses produtos são manufaturados por meio da mistura de tensoativos, aniônios, solventes orgânicos, coadjuvantes, perfume e água. Seu processo produtivo é composto de quatro fases: mistura dos insumos (água, tensoativos, solventes orgânicos, coadjuvantes e perfume), execução dos controles de processo específicos, envasamento e embalagem.

A Reckitt detém uma linha completa de produtos para limpeza especializada para vários ambientes domésticos e para diversos tipos de objetos. Ressalte-se que todos produtos apresentados no Quadro I são específicos para uso doméstico.

Cabe esclarecer que esta SEAE concluiu recentemente a análise do Ato de Concentração nº 08012.007176/2002-35, no qual as requerentes eram a S.C Johnson & Son, Inc. e

Bayer AG. Tal operação apresentou uma concentração no mercado de produtos de limpeza para o setor doméstico.

Segundo as requerentes daquele ato existem no mercado muitas empresas com capacitação técnica para prestar serviços de manufatura contratada para produtos de limpeza. Neste caso, o prazo para início da comercialização seria de um a dois meses, após aprovação da ANVISA. Todos os componentes da fórmula e o material de embalagem podem ser comprados com facilidade no mercado local. As requerentes ressaltaram, ainda, que as empresas que comercializam estes tipos de produto (multiuso e/ou especializados) podem terceirizar a produção (a exemplo da Clorox, com a linha do X-14, a Bombril e a empresa Reckitt Benkiser, que já produziu o VEJA utilizando-se de terceiros). Assim, até mesmo para um novo produtor, o prazo e o custo para entrada no mercado seriam reduzidos, depois de obtida a aprovação na ANVISA.

As empresas S.C Johnson & Son, Inc. e Bayer AG. esclareceram, ainda, que para uma empresa que já produz e comercializa produtos de limpeza, não existem investimentos adicionais para distribuição física dos produtos. Seriam necessários apenas investimentos em marca e para lançamento do produto. Já o investimento mínimo para uma empresa que decida ter produção própria seria de aproximadamente R\$ 50.000,00.

Consultadas as requerentes do presente Ato sobre a possibilidade de substituição dos diversos tipos de produtos de limpeza, as empresas informaram que os agentes econômicos que já atuam nos mercados de concentrados para limpeza, desinfetantes, água sanitária, álcool de uso doméstico e álcool gel (estes partindo do álcool bruto) podem, de maneira fácil e rápida, vir a produzir produtos de limpeza multiuso, tendo em vista a existência de similaridade nos processos produtivos.

Para que os produtores de concentrados para limpeza e desinfetantes possam vir a produzir produtos de limpeza multiuso será necessária apenas à regulação dos equipamentos de envase de acordo com a nova mistura.

Segundo as requerentes se houver alteração na forma ou dimensão do frasco a ser utilizado poderá haver necessidade de introduzir modificações no equipamento de envase cujo custo estimado poderá variar entre R\$ 30.000,00 e R\$ 90.000,00, dependendo do tipo de maquinário utilizado (manual, semi-automático ou automático). Calcula-se que o prazo necessário para a realização desses ajustes seja de trinta dias.

As requerentes comentaram também que os produtores de água sanitária, álcool de uso doméstico e álcool gel também podem produzir limpadores multiuso, desde que disponham de um tanque para a realização da mistura e realizem ajustes no equipamento de envase. O custo de aquisição de um tanque para mistura é da ordem de R\$ 50.000,00, calculando-se em aproximadamente 60 dias o prazo para que possa ser instalado e entrar em operação.

Cabe observar que, esta SEAE, no Ato de Concentração nº 08012.007665/2001-14, no qual as requerentes eram a Unilever Brasil Ltda. e Johnson Wax Professional Ltda., observou que a distinção entre produtos líquidos com cloro (água sanitária) ou sem cloro se dá pelo fato de que, misturando produtos clorados com produtos que levam ácido em sua formulação (sem cloro), resulta na formação do hipoclorito de sódio, que é altamente tóxico. Entretanto, a ANVISA não possui qualquer legislação que impeça que as linhas de produto na forma líquida devam ser segmentadas em produtos com cloro na formulação,

e produtos sem cloro na formulação. O que existe é uma regulamentação da entidade, denominada “Boas Práticas de Fabricação e Controle”, na qual as empresas deverão evitar riscos de contaminação de seus técnicos, através de boas condições de trabalho no ambiente fabril. Ressalte-se que existem empresas que produzem na mesma linha os produtos na forma líquida com e sem cloro na formulação. O que elas fazem é realizar uma limpeza rígida dos equipamentos antes de produzir um outro tipo de produto.

Assim, percebe-se uma elevada substitutibilidade pelo lado da oferta entre as linhas de produtos de limpeza na forma líquida. No entanto, observa-se que os diversos produtos, em tela, possuem funções diferenciadas, não sendo substituíveis pela demanda.

### III.2 – Dimensão Geográfica

Segundo as requerentes, não é possível estimar com precisão o volume de importações independentes de produtos de limpeza no mercado brasileiro. A tarifa de importação para produtos dentro do Mercosul é zero, enquanto fora do Mercosul é de 10%.

Pela natureza dos produtos, não há propriamente assistência técnica a ser prestada; porém, tanto as requerentes quanto as concorrentes dispõem de um sistema de atendimento ao cliente (SAC) para atender os consumidores, orientando quanto ao uso e providenciando a substituição de produtos com defeito. Cabe observar que esses produtos necessitam de uma certificação da ANVISA.

Assim, a dimensão geográfica do mercado de produtos de limpeza doméstica é nacional.

## IV – Possibilidade de Exercício de Poder de Mercado

### IV.1 – Mercado de Produtos de Limpeza Doméstica

A estrutura do mercado brasileiro de limpadores domésticos está apresentada no Quadro II:

**Quadro II**

**Estrutura da Oferta de Produtos de Limpeza Doméstica  
Mercado Nacional em 2002**

<b>Empresas</b>	<b>Participação (%)</b>
<b>Reckitt</b>	<b>25,6</b>
<b>“X-14” (Clorox)</b>	<b>2,7</b>
<b>Total</b>	<b>28,3</b>
Colgate	15,2
Unilever	9,4
Bombril	6,3
Anhembi	5,7
Raymundo da Fonte	3,7
Clorox (excluindo X-14)	3,5
Outros	27,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: ACNilsen (em valor).

Pelo Quadro II, verifica-se que, da operação, decorre uma concentração de 28,3% no segmento de produtos de limpeza, considerando-se as participações de 25,6% da Reckitt e de 2,7% da marca adquirida – “X-14”. Conclui-se, assim, que a concentração gerada pelo acréscimo de participação decorrente da operação em tela, conforme os critérios do Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração desta SEAE não altera a estrutura do mercado de maneira significativa, não havendo como concluir que a mesma gera condições que favoreçam o exercício de poder de mercado.

#### **IV.2.2 – Cálculo do C4**

No que diz respeito à possibilidade de exercício coordenado de poder de mercado tem-se que o somatório das participações das quatro maiores empresas (C4) atinge, antes da operação, 52,9% e, após a mesma, 59,2%, no mercado de produtos de limpeza doméstica.

## **V – Recomendação**

A análise precedente demonstrou que a concentração horizontal decorrente da operação não é prejudicial à concorrência, razão pela qual recomenda-se a aprovação da mesma.

À apreciação superior.

CELSO DE MELO PINTO  
Técnico

FERNANDA NIGRI  
Coordenadora da COCON, Substituta

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE  
Coordenadora-Geral de Produtos Industriais

De acordo.

LUIS FERNANDO RIGATO VASCONCELLOS  
Secretário-Adjunto

De acordo.

JOSÉ TAVARES DE ARAUJO JUNIOR  
Secretário de Acompanhamento Econômico