



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 06227/2003/RJ COCON/COGPI/SEAE/MF

Em 07 de outubro de 2003.

Referência: Assunto: Ofício SDE/GAB nº 1924/2003, de 24 de abril de 2003

ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º
08012.002877/2003-69

Requerentes: Reckitt Benckiser (Brasil) LTDA e Clorox do Brasil LTDA

Operação: aquisição, pela Reckitt Benckiser Ltda., dos ativos e diretos sobre a marca “SBP” do negócio de inseticidas domésticos 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 – Das Requerentes

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 detém 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 bilhões¹. 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 não participou de aquisições, fusões, associações ou constituições conjuntas no Brasil ou nos demais países do Mercosul.

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, limpeza e inseticidas. 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\$ 131,25 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 da aquisição, pela Reckitt Benckiser Ltda., dos ativos e diretos sobre a marca “SBP” do negócio de inseticidas domésticos da Clorox do Brasil Ltda.

III – Definição do Mercado Relevante

¹ 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.

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

Produtos	Empresas	RECKITT	CLOROX
Inseticidas			
• Insetos voadores <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ação instantânea ▪ Ação continua 		x x	x x
• Insetos rasteiros <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ação instantânea ▪ Ação continua 		x x	x x
• Mata tudo <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ação instantânea ▪ Líquidos 		x x	x

Fonte: requerentes.

Cabe esclarecer que esta SEAE, a partir da entrada desse ato de concentração passou a analisa-lo em paralelo com Ato n.º 08012.007176/2002-35, no qual figuram como requerentes as empresas S.C. Johnson & SON, INC e a Bayer AG. Ambas operações apresentam os mesmos mercados a serem analisados, à exceção do mercado de repelentes de uso pessoal. Dado que os mercados ora apresentados são os mesmos e que já vinha sendo realizada uma exaustiva pesquisa, esta SEAE optou por utilizar as mesmas informações obtidas no parecer do referido Ato.

Cabe observar que os inseticidas listados no Quadro I são basicamente de dois tipos (ação instantânea e ação contínua) e são comercializados com apresentações bastante distintas, ou seja, aerosóis, repelentes elétricos, iscas e líquidos. Os inseticidas de ação instantânea são comercializados sob a forma de aerosóis ou em recipientes com líquidos, os quais são pulverizados com bombas manuais. Normalmente esses inseticidas são compostos por três ingredientes ativos, classificados em dois grupos: nocauteadores e matadores. Os ingredientes nocauteadores atacam o sistema nervoso do inseto e o immobilizam. Já os ingredientes matadores realmente matam o inseto. Por outro lado, os inseticidas de ação contínua são comercializados como repelentes elétricos (líquidos e/ou pastilhas), iscas e espirais.

Em resposta ao Ofício nº 06796/2002/COBED/COGPI/SEAE/MF, que indaga a existência de flexibilidade pelo lado da oferta dos diversos tipos de inseticidas

listados no parágrafo anterior, as concorrentes S.C Johnson e Bayer informaram que o processo produtivo de cada tipo de inseticida é peculiar, ou seja, o produtor de um determinado tipo de inseticida necessariamente não guarda sinergia relevante do ponto de vista da manufatura para produzir outro tipo de inseticida. No entanto, as concorrentes indicaram que existe total flexibilidade da oferta entre os processos produtivos dos três tipos de aerosóis - insetos voadores, insetos rasteiros e mata tudo. A única diferença entre eles são as matérias primas utilizadas, sendo os equipamentos absolutamente os mesmos. Assim, um fabricante de determinado tipo de aerosol pode, a qualquer momento, sem necessidade de investimento em capacidade produtiva, passar a produzir outro tipo, não havendo necessidade de qualquer adaptação nos processos produtivos.

Os inseticidas de ação contínua têm como função principal repelir e/ou eliminar insetos voadores e rasteiros. No caso dos insetos voadores, esses produtos são comercializados sob a forma de aparelhos elétricos que utilizam refis em pastilha ou líquidos.

Segundo as concorrentes (S.C Johnson e Bayer), não existe flexibilidade entre os processos produtivos tanto dos aparelhos elétricos quanto dos refis líquidos e em pastilha para esses aparelhos, dado que os equipamentos para produção são completamente diferentes.

Conforme informações das concorrentes (S.C Johnson e Bayer), observa-se que a maioria das empresas vendedoras de aparelhos elétricos e refis (pastilha e líquido), terceirizam a produção desses produtos para empresas que atuam no ramo. Assim, o investimento para que uma empresa do mercado relevante venha a comercializar outro tipo é mínimo.

O comportamento dos vendedores desse mercado é bastante semelhante, ou seja, à exceção da concorrente S.C Johnson, que produz seus próprios refis, os demais terceirizam o serviço. Cabe observar, também, que existe nesse segmento uma forte substituição pelo lado da demanda, haja vista que a função dos dois tipos de equipamento e dos seus respectivos refis é a mesma. Dessa forma, esse mercado será analisado como o de repelentes elétricos.

As armadilhas e iscas também são produtos de ação continua. Esses produtos são empregados para repelir/eliminar insetos rasteiros, tais como baratas, etc.

Segundo as concorrentes (S.C Johnson e Bayer), o processo produtivo dos inseticidas não tem semelhança relevante com a produção de repelentes (de ambiente). Entretanto, para todos os tipos de inseticidas, esses concorrentes indicaram que as correlações existem e são muito relevantes após a etapa de produção. Há significativas economias de escala e de escopo em toda a etapa de distribuição e esforço de vendas.

Todavia cabe observar que, pelo lado da demanda, existe possibilidade de substituição entre os diversos tipos inseticidas/repelentes, ou seja, o consumidor pode optar por diferentes tipos de inseticidas (aerosóis ou líquidos) ou repelentes (de ambiente ou pessoais), para evitar a presença do inseto indesejado.

Assim, mesmo tendo observado que existe possibilidade de substituição dos produtos, pelo lado da demanda, dada a não flexibilização da base produtiva dos diversos tipos de inseticidas e repelentes, esta SEAE considerará, para fins de análise dos efeitos da presente operação, três mercados relevantes.

- “Aerosol” - Inseticida de ação instantânea (insetos voadores, rasteiros e mata tudo).
- Aparelho Elétrico (pastilha e líquido) - Inseticida de ação contínua (insetos voadores).
- Isca - Inseticida de ação contínua (insetos rasteiros).

Cabe observar que todos os produtos pertencentes aos três mercados relevantes são empregados para uso doméstico.

III.2 – Dimensão Geográfica

Segundo as requerentes, não é possível estimar com precisão o volume de importações independentes de inseticidas no mercado brasileiro. Indicaram, todavia, que tal participação deve ser residual. A tarifa de importação para produtos dentro do Mercosul é zero, enquanto que fora do Mercosul é de 14%.

Alguns ofertantes importam esses produtos para comercialização no país, como por exemplo, aerosóis, iscas para baratas e repelentes elétricos. O interessado deve obter uma licença de importação, bem como autorização da ANVISA. É comum que junto com os produtos importados venha um certificado de garantia de qualidade o que não dispensa o controle de qualidade efetuado por todos os importadores.

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.

IV- Da Possibilidade de Exercício de Poder de Mercado

IV.1- Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes

Os principais concorrentes das empresas envolvidas na operação nos segmentos de inseticidas estão indicados no Quadro II. As participações apresentadas neste Quadro foram informadas pelas empresas requerentes, a partir de dados ACNielsen, e obtidos por meio de pesquisa realizada conforme metodologia de inventário de loja, que fornece quantificação de mercado conforme o chamado índice ACNielsen de varejo.

Quadro II
Estrutura da Oferta no Mercado Nacional de Inseticidas
Domésticos no Período de Jun/Jul 2002 até Abr/Mai 2003

Categoria	Inseticidas		
	Ação	Instantânea	Contínua
Inseto	Todos Insetos	Voadores	Rasteiros
Apresentação	Aerosol	Aparelho Elétrico	Isca

Empresas	Participações (¹)		
Clorox	26,7	11,7	14,8
Reckitt	22,3	13,1	20,3
Subtotal	49,0	24,8	35,1
SC Johnson(²)	44,6	50,8	36,5
Sul Química	1,5	19,7	9,9
Outros	4,9	4,7	18,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte. Requerentes – ACNielsen.

(1) Inseticidas de ação continua para insetos voadores – share em valor (aparelhos e refis). Os demais em unidades.

(2) Incluída a participação da Bayer

O Quadro III apresenta as Marcas comercializadas por mercado relevante definido.

Quadro III **Marcas Categorizadas por Mercado Relevante Analisado**

Apresentação	Aerosol	Aparelho Elétrico	Isca
Empresas	Marcas		
SCJ	Raid, Baygon, Mafu e Tugon	Raid e Baygon	Raid e Baygon
Clorox	SBP	SBP	Matox
Reckitt	Rodosol e Detefon	Rodosol	Rodosol
Sul Química	Matinset	Boa Noite e Matinset	Matinset

Fonte: Requerentes.

O Quadro IV apresenta um resumo das concentrações e cálculo de C4 decorrentes da operação.

Quadro IV **Concentrações Decorrentes da Operação**

Categoria	Inseticidas			
	Ação	Instantânea Todos Insetos	Contínua Voadores	Contínua Rasteiros
Apresentação	Aerosol		Aparelho Elétrico	Isca
Concentração	49,0		24,8	35,1
C4 (%)	C4 => c3 95,1	C4 => c3 95,3	c4 => c3 81,5	

Elaboração: SEAE/COGPI.

Como as concentrações e os cálculos de C4 resultantes da operação nos mercados de inseticidas (para insetos voadores, rasteiros e mata tudo) ultrapassam os percentuais considerados aceitáveis pelo Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração desta SEAE, proceder-se-á ao estudo da probabilidade de exercício do poder de mercado.

V. Da Probabilidade de Exercício de Poder de Mercado

V.1 – Condições de Entrada

Conforme informações trazidas à análise pelas requerentes, concorrentes e fornecedores, passamos, a seguir, a apresentar as condições específicas para entrada no mercado brasileiro de inseticidas.

Mercado de Inseticidas

Quanto aos aspectos tecnológicos e de fornecimento de matérias-primas, as barreiras à entrada de novas empresas não são elevadas. O processo produtivo dos inseticidas para uso doméstico nas suas diversas apresentações (aerosóis, repelentes elétricos - líquidos e pastilhas - e iscas) é conhecido e está disponível para qualquer fabricante no Brasil. A principal matéria-prima utilizada é o ingrediente ativo, que pode ser obtido no mercado. Nas três formas de comercialização citadas, não há necessidade de um alto grau de tecnologia, podendo o ofertante, inclusive, adquirir o produto de terceiros, para posterior comercialização.

Os ingredientes ativos, conforme já observado, são classificados como nocauteadores e matadores. Os ingredientes nocauteadores podem ser classificados da seguinte forma: i) para mosquitos; ii) para moscas; iii) para baratas. Já os ingredientes matadores são os seguintes: i) para insetos voadores; e ii) para insetos rastejantes. Cabe ressaltar que vários dos ingredientes comercializados no mercado são utilizados pelas empresas produtoras de inseticidas nos diversos tipos de apresentação, ou seja, a indústria dispõe de ingredientes nocauteadores e matadores que atendem aos diversos tipos de insetos.

Cabe observar que existem também os ingredientes ativos genéricos e sinérgicos. Os ingredientes genéricos são os ingredientes ativos cuja patente expirou, podendo, assim, ser produzido por qualquer fabricante. Já os sinérgicos têm a função de potencializar ou retardar a ação dos ingredientes ativos.

Ressalte-se que a empresa Sumitomo Chemical Co. Ltd., em 2001, adquiriu determinados ativos da Aventis CropScience S.A. e Aventis Environmental Science S.A. (Ato de Concentração nº 08012.003127/2001-42), destinados à fabricação, uso e venda mundiais de vários ingredientes ativos utilizados na formulação de inseticidas para uso doméstico. Com essa operação a Sumitomo passou a deter 96% do mercado brasileiro de ingredientes nocauteadores e 67% do mercado brasileiro de ingredientes matadores. Embora o mercado geográfico do produto tenha sido definido, à época, como sendo nacional, o recurso à importação, predominantemente de genéricos equivalentes aos de marca, para os mercados de ingredientes nocauteadores e matadores, foi considerado como antídoto para um possível fechamento de mercado, principalmente do primeiro.

Em resposta ao Ofício nº 06417 COBED/COGPI/SEAE/MF, de 17/02/03 (Ato de Concentração 08012-007176/02-35), a Sumitomo informou que a aquisição de ingredientes ativos pode ser feita por importação direta dos consumidores ou através de uma filial do Grupo. O planejamento da entrega é feito, no mínimo, com três meses de antecedência, uma vez que o produto é importado do Japão. A empresa informou também que não existem barreiras para a importação dos ingredientes ativos e que várias empresas que atuam no segmento de inseticidas domésticos importam ingredientes de outros países.

Ressalta-se que os inseticidas de ação instantânea são comercializados sob a forma de aerosóis, independente do inseto a ser eliminado. Conforme já observado nessa análise, o ingrediente ativo é o principal insumo utilizado para a fabricação dos

inseticidas. Cabe observar que existem, também, ingredientes utilizados em multinseticidas que servem para qualquer tipo de inseto.

No estudo solicitado por esta SEAE sobre condições de entrada no mercado de inseticidas de ação instantânea, tanto as requerentes quanto as concorrentes consideraram apenas a apresentação aerosol, independente do ingrediente ativo utilizado. Assim, pode-se considerar que os custos referentes à entrada nesse mercado podem ser considerados semelhantes, independente do inseto alvo. Dessa forma, analisaremos esses inseticidas em conjunto. Os demais tipos de apresentações de inseticidas serão analisados individualmente.

Inseticidas de ação instantânea - Aerosol

Segundo as concorrentes S.C Johnson e Bayer o investimento necessário para a produção de aerosóis seria de R\$ 40.000,00, com tanques/processo e R\$ 120.000,00 com a linha de envase, totalizando R\$ 160.000,00. O prazo de instalação seria de 8 a 12 meses. Observa-se que, dependendo do número de dias por semana e do número de turnos de operação, essas unidades teriam a capacidade instalada para atender a totalidade do seu respectivo segmento.

Essas empresas indicaram também que a entrada nesse segmento pode ser feita por “marcas próprias” - supermercados, citando como entrantes, dentre outros, o Carrefour Comércio e Indústria Ltda. e as Sendas S/A. Comentaram também que esse tipo entrada apresenta reduzidos custos de distribuição e propaganda apresentando preços agressivos, pressionando para baixo os preços médios de mercado.

Através do Ofício nº 06380 COBED/COGPI/SEAE /MF, de 13/02/03 (Ato de concentração 08012-007176/02-35), enviado ao Carrefour, esta SEAE solicitou informações sobre a entrada da empresa no mercado de inseticidas com a sua própria marca.

Em resposta, a empresa informou que comercializa os inseticidas (aerosóis), multinseticidas e mata barata com as marcas Carrefour e Champion. O Carrefour comentou que a Aeropac Industrial Ltda. fornece esses produtos prontos para a comercialização. Por fim, a empresa informou que devido à baixa participação no mercado, não chegou a desenvolver nenhum estudo específico, observando apenas que as suas marcas de inseticidas participam com 8,5%, se comparadas ao total de inseticidas comercializadas pela rede. Dado o desconhecimento alegado pela empresa sobre as especificidades deste setor, esta SEAE solicitou à empresa Aeropac informações sobre as condições de comercialização de inseticidas em aerosóis para empresas que vendem os produtos com as suas próprias marcas.

Vale ressaltar que as participações de empresas como Carrefour e Sendas nos segmentos analisados estão incluídas no item “Outros”.

A Aeropac informou que os produtos de “marcas próprias” são fabricados, normalmente por empresas de pequeno e médio porte e são distribuídos pelas grandes redes de supermercados. A representatividade desses produtos é variável

nos diversos países. No Brasil, a empresa estima que a tendência é alcançar 5% do mercado de inseticidas. A escala mínima para o entrante é de 30.000 unidades e o tempo de entrada é de cerca de um ano.

A empresa indicou que o produto para ter qualidade requer três ingredientes ativos diferentes. Esses insumos são fornecidos em embalagem de 20 kg, com um custo de US\$ 170,00, adquirido do fabricante, com filial no Brasil (Sumitomo), ou através de revendedores, o que ocasiona elevação do preço da matéria-prima. A Aeropac tem também como alternativa adquirir seus insumos de outros revendedores ou de produtores de insumos genéricos.

A requerente Clorox do Brasil Ltda., detentora da marca SBP, também, foi consultada (Ato de Concentração 08012-007176/02-35) e, inicialmente, comentou que não fabrica os seus inseticidas domésticos no Brasil, importando-os prontos da Argentina. Quanto à entrada no segmento de aerosóis, a empresa indicou que há duas possibilidades:

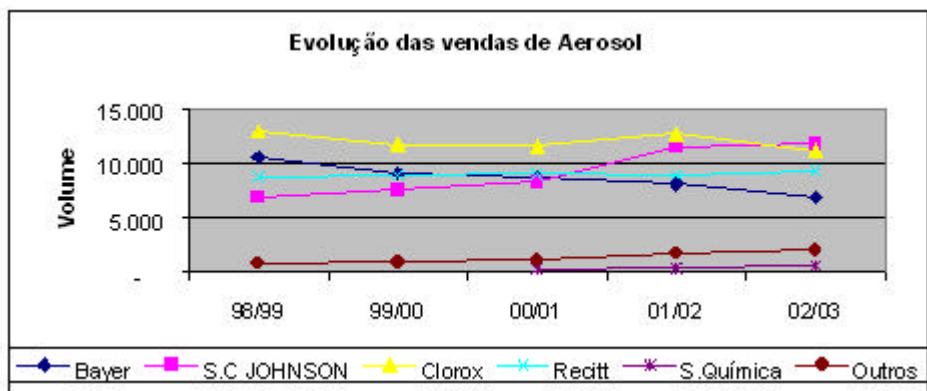
- para a fabricação de inseticidas em aerosol com investimentos próprios, o prazo necessário é de 12 meses, com custo estimado de US\$ 2,5 milhões. Esse investimento seria para infra-estrutura, estocagem, envases e embalagens; e
- para a fabricação do mesmo produto utilizando a capacidade de terceiros, o prazo necessário, é de 4 meses, com custo estimado de US\$100 mil. Neste caso, a empresa usaria a capacidade local já instalada em terceiros, sendo o investimento usado apenas para cobrir despesas como adequação de embalagens, linhas de envase etc. A Clorox, ainda, citou a Copaster com sendo uma das empresas que efetua envases de inseticidas para terceiros.

Conforme podemos observar, a entrada no mercado de inseticidas comercializados sob a forma de aerosóis não é difícil. De fato, entraram nesse mercado recentemente a Bombril, comercializando a marca ATAK, e Carrefour Comércio e Indústria Ltda., com as marcas Carrefour e Champion, já comentado nessa análise.

Cabe observar que esta SEAE, através do Ofício nº 06144 COBED/COGPI/SEAE/MF, de 24/01/03 (Ato de Concentração 08012-007176/02-35), solicitou à Bombril o detalhamento das condições de entrada nesse mercado. Em resposta, a empresa comentou apenas que realizou uma pesquisa de marketing e verificou que o seu produto tem boa aceitação no mercado, atendendo às expectativas do consumidor em geral. Ressalte-se que a Bombril terceiriza a produção de aerosóis, obtendo esses produtos da empresa Copaster.

A evolução das vendas nesse segmento, no período de 1998 a 2003, está apresentada no Quadro V (confidencial) e Gráfico I.

Gráfico I

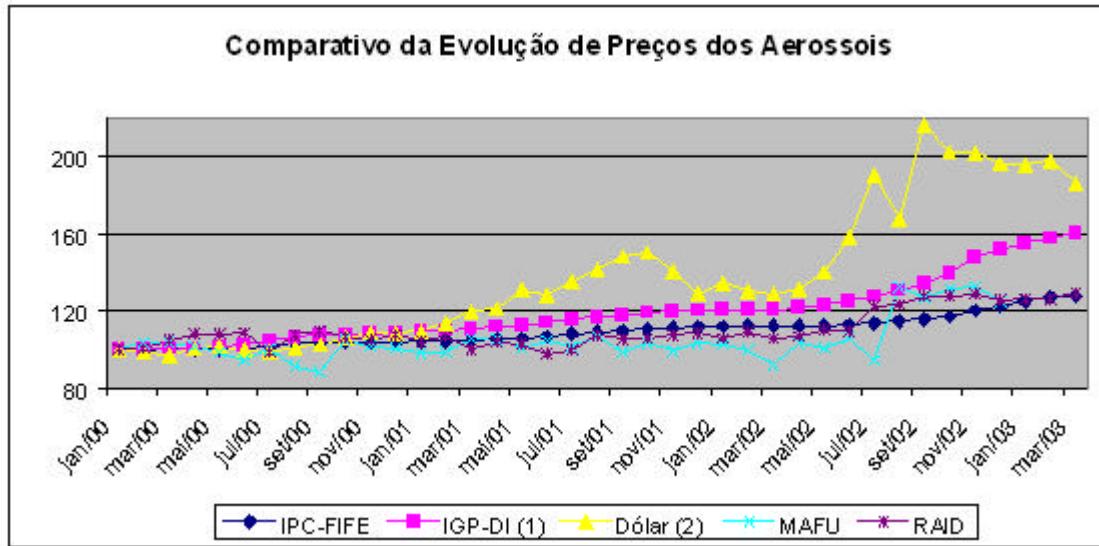


Fonte: ACNielsen.

No Quadro V observa-se a entrada de duas empresas representativas no segmento de aerosóis, ou seja, a Bombril, que tem forte atuação no setor de limpeza, e a Sul Química que já atuava no setor de inseticidas com outros produtos. No Gráfico I fica explícita a evolução negativa apresentada pela Bayer, a partir do período 1999/2000. Vale notar que, no período ora analisado, o mercado total ficou praticamente estável, havendo, em cada subperíodo, um rearranjo das participações de mercado, notadamente entre S.C Johnson, Clorox, Reckitt e entre os novos fabricantes. Praticamente não houve saída do mercado (exceção da Orval, cuja saída não representou impacto significativo). É de se notar, também, o crescimento das vendas dos ofertantes incluídos no item “Outros”.

O Gráfico II apresenta o comparativo da evolução de preços dos aerosóis, Mafu (Bayer) e Raid (SC Johnson), com o IPC-FIPE, IGP-DI e Dólar.

Gráfico II



Fonte: ACNielsen e concorrentes S.C Johnson e Bayer.

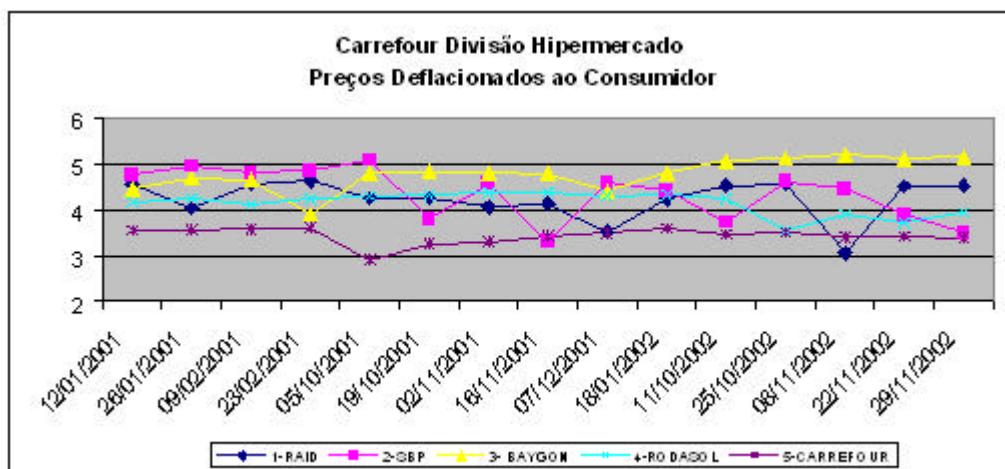
Observando-se o Gráfico II, pode-se comentar que marcas Mafu e Raid, ofertadas por Bayer e S.C Johnson, respectivamente, vêm tendo um comportamento semelhante à evolução do IPC-FIPE.

Cabe observar que as concorrentes S.C Johnson e Bayer apresentaram o estudo de Elasticidade – Preço da Demanda no segmento de aerosóis. Esse segmento foi escolhido em razão da representatividade de suas vendas no segmento de inseticidas – volume de vendas equivalente a 55%, bem como pelo fato de ser este segmento, normalmente, preferido para a entrada de novos produtores na categoria.

Esse estudo foi efetuado para os aerosóis, que apresentaram elevadas elasticidades-preço da demanda, ou seja, a elevação de preço do produto resulta em perda significativa de participação de mercado. Tal fato pode ser observado em parte nos Gráfico I, II e III, com relação aos aerosóis das marcas Baygon e Mafu, pertencente à Bayer. Cabe observar que essa observação é válida, também, para o aerosol - Tungon.

Nesse mesmo trabalho foram apresentados alguns gráficos com séries de preços deflacionados do varejo para o consumidor (IPC-FIPE), no período entre janeiro de 2001 e novembro de 2002. Segundo as requerentes, esses preços resultam de uma consolidação de observações de preços nas regiões da Grande Porto Alegre, Grande Belo Horizonte, Grande São Paulo e interior de São Paulo.

Gráfico III



Legenda:

- 1-RAID PROTECTOR MULTI-INSETICIDA - CONSOLIDADO INSE - 400ml – Fabricante: Johnson
- 2-SBP MULTINSETICIDA - CONSOLIDADO INSETICIDA AEROSOL - 300ml - Fabricante: Clorox
- 3- BAYGON MULTI - CONSOLIDADO INSETICIDA AEROSOL - 300ml - Fabricante: Bayer
- 4-RODASOL MULTI / MORTEIN ULTRA MULTI INSETICIDA - CONSOLIDADA - 300ml - Fabricante: Reckitt
- 5-CARREFOUR MULTI INSETICIDA - CONSOLIDADO INSETICID - 300ml - Fabricante: Carrefour

Fonte: concorrentes S.C Johnson e Bayer.

Pode-se observar que os produtos comparados no Gráfico III apresentaram um comportamento homogêneo no período analisado, o que demonstraria a existência de concorrência de preços nesse setor. Cabe ressaltar que o aerosol Baygon apresentou, no período, uma elevação de preços superior aos demais.

Inseticidas de ação contínua - Repelentes Elétricos

Esses inseticidas são comercializados sob a forma de repelentes elétricos destinados a insetos voadores. Segundo as concorrentes S.C Johnson e Bayer, o investimento necessário para a manufatura desses produtos seria de R\$ 110.000,00, sendo R\$ 80.000,00 para linha de envase e R\$ 30.000,00 para tanque e processo. A S.C. Johnson informou, ainda, que adquire aparelhos elétricos 45 noites da Clariant (para repelentes líquidos) e da Endura (para repelentes em pastilhas).

A requerente Clorox informou que atua no mercado de repelentes elétricos, utilizando a capacidade instalada de terceiros e indicou que as principais empresas contratadas para certas etapas da produção de inseticidas são a DBK (45 noites, pastilhas e aparelhos elétricos), e a PIRISA (pastilhas e espirais). A empresa também comentou que a S.C. Johnson tem produção própria de refis (líquidos e pastilhas).

Em resposta ao Ofício nº 1723 COBED/COGPI/SEAE/MF (Ato de Concentração 08012-007176/02-35), de 14/05/02, a empresa Pirisa Piretro Industrial Ltda. opinou que o segmento de repelentes elétricos (vaporizadores e pastilhas) tem muitas empresas comercializando. A fabricação de vaporizadores é basicamente realizada por duas empresas estrangeiras, coexistindo com pequenos fabricantes nacionais que produzem suas próprias marcas. A empresa indicou que os vaporizadores são produtos complementares na venda de inseticidas elétricos, ou seja, o objetivo de venda é voltado para a comercialização de refis.

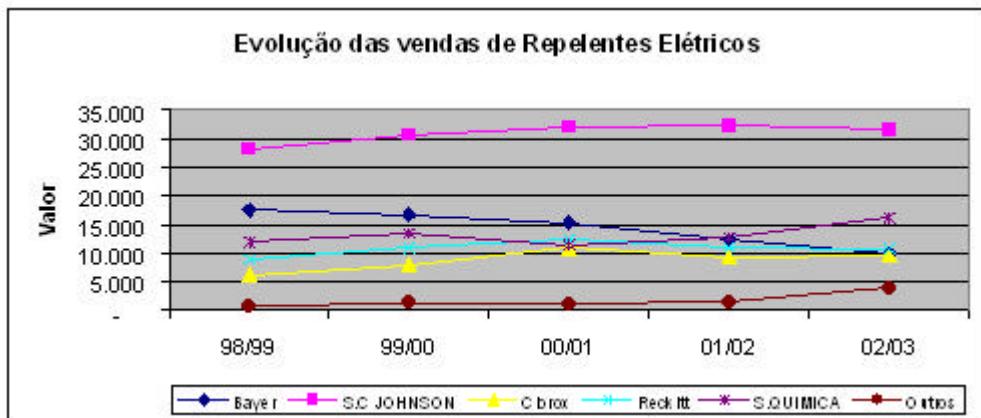
Consultada a DBK do Brasil Ind. e Com. Ltda. a respeito do mercado de repelentes elétricos (aparelhos e refis), a empresa informou que fornece seus produtos para as empresas: Bayer, com a marca Baygon; Reckitt Benckiser, com a marca Rodosol; Clorox, com a marca SBP, Ceras Johnson, com a marca Raid; e outros pequenos clientes. Essas empresas comercializam junto às redes atacadista e varejista.

Quanto à possibilidade de novos entrantes nesse mercado, a empresa observou que não há nenhuma dificuldade, necessitando apenas de registro da marca e do produto no Ministério da Saúde, bem como alvará de funcionamento na Anvisa. Segundo a empresa, todo o processo produtivo não detém proteção (patentes), barreiras legais ou regulatórias. Finalmente, a empresa comentou que estuda a viabilidade econômica de entrar no mercado de iscas.

Segundo a Clorox, para comercializar repelentes elétricos utilizando a capacidade instalada de terceiros, o prazo necessário é de quatro meses e o investimento necessário é de US\$ 50 mil (para fabricação de moldes para a produção do aparelho específico da marca).

A evolução das vendas nesse segmento, no período de 1998 a 2003, está representada no Quadro VI (confidencial) e no Gráfico IV.

Gráfico IV



Fonte: ACNielsen.

Conforme pode ser observado no Gráfico IV, a SC Johnson é líder nesse segmento, seguido pela concorrente Reckitt, que vem aumentando a sua participação de mercado nos últimos três anos. Pode-se destacar também a queda acentuada da Bayer nesse segmento.

Cabe observar que, neste segmento, houve um relativo crescimento do mercado total, notando-se, no período, novamente apenas a saída da Orval.

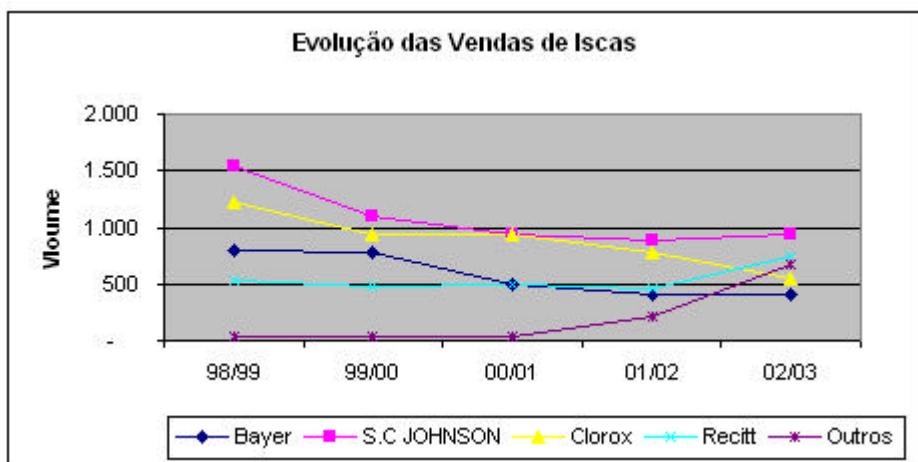
Inseticidas de ação contínua para insetos rasteiros - Iscas

Esses inseticidas são comercialização sob a forma de iscas, destinados a insetos rasteiros. Segundo as concorrentes S.C Johnson e Bayer, o investimento necessário para a manufatura desses produtos seria de R\$ 150.000,00 (linha de envase – R\$ 50.000,00 e tanques e processos R\$ 100.000,00).

A requerente Clorox informou que atua no mercado de repelentes elétricos utilizando a capacidade instalada de terceiros. As iscas da Clorox para baratas são manufaturadas em uma das fábricas da Clorox, nos Estados Unidos.

A Reckitt Benckiser informou que importa diretamente da Austrália iscas para matar baratas, já prontas para uso, que são comercializadas com a marca Rodox. Cabe observar que a respeito desse mesmo mercado, a empresa Sul Química informou que produz suas próprias iscas.

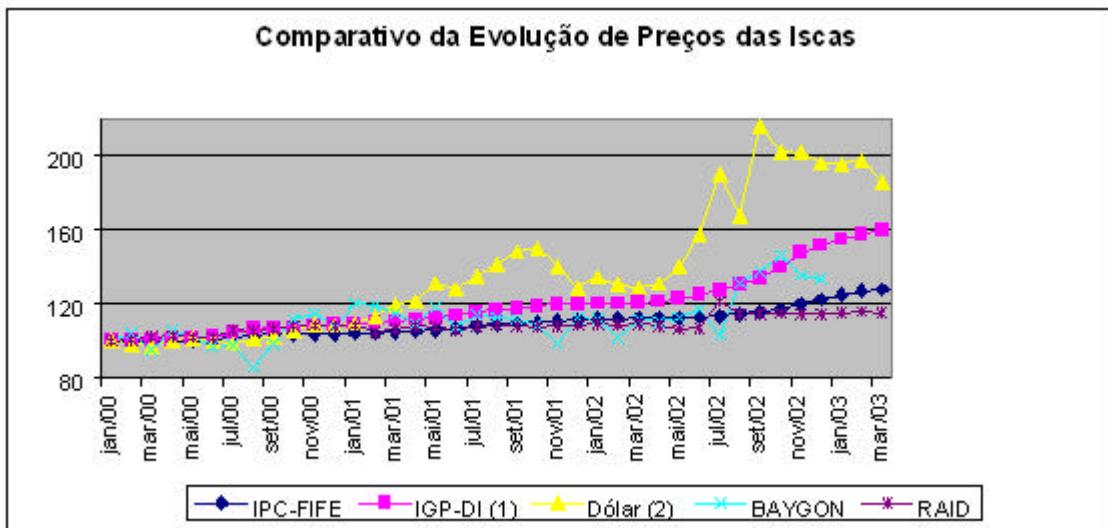
A evolução das vendas nesse segmento, no período de 1998 a 2003, está apresentada no Quadro VII (confidencial) e Gráfico V.

Gráfico V

Fonte: ACNielsen.

No segmento de iscas, apenas a Reckitt e os novos produtores vêm tendo uma evolução positiva nos últimos três anos. Houve, de fato, um decréscimo significativo no mercado total e das vendas das principais concorrentes.

O Gráfico VI apresenta o comparativo da evolução de preços de iscas das marcas Baygon (Bayer) e Raid (SC Johnson), com o IPC-FIPE, IGP-DI e Dólar.

Gráfico VI

Fonte: Requerentes.

Observando-se o Gráfico VI, pode-se comentar que os produtos analisados (Baygon/Raid) vêm tendo o mesmo comportamento do IPC-FIPE.

O Quadro VIII apresenta um resumo dos custos de entrada nos diversos segmentos de inseticidas.

Quadro VIII

Custo de Entrada nos Mercados de Inseticidas e Repelente de uso Pessoal

Tipo Entrada	Participações (%)				
	Inseticidas				
Apresent.	Inst.Todos Inset	Contínua Voadore	Cont. Rasteiros		
	Aerosol	Ap. Elétrico			Iscas
Tipo Entrada	(R\$)	Tempo (m)	(R\$)	Tempo (meses)	(R\$)
Tercerizar	160 mil	8 a 12	110 mil	4	150 mil
Produção Própria	7,5 milhões	12	Não usual	Não usual	Não usual
Escala Mínima	25 mil unidades		--		--

Fonte: Requerentes e Concorrentes.

O Quadro IX apresenta um resumo com todas as entradas nos diversos segmentos de inseticidas.

Quadro IX

Entradas nos Mercados de Inseticidas – 1999 a 2002

Empresa	Ano de Entrada nos Mercados		
	Aerosol	Repelentes	Iscas
Bombril	2002	--	--
Efex	2000	--	--
SIM	1999	--	--
Action	2000	2000	--
Carrefour	2002	--	--
Sendas	2003	--	--
Johnson &Johnson	--	--	--
Sul Química	2001	--	--
MAAHSA	--	2002	--
Nitrosin	2001	--	--
Química fenômeno	--	--	2002
Bernardo Química	2001/02	--	2002

Fonte: Requerentes e Concorrentes.

Elaboração SEAE/COGPI.

Das entradas apresentadas no Quadro IX, cabe destacar a efetuada pela empresa Bombril no segmento de aerosóis com a marca ATAK.

Conforme já comentado, cabe observar que para todos os produtos pertencentes ao mercado relevante há significativas economias de escala e de escopo em toda a etapa de distribuição e de vendas, ou seja, todos os produtos utilizam os mesmos canais de distribuição e pontos de venda, o que reduz custos de frete e assegura economias nos gastos de comercialização, publicidade e propaganda.

Cabe observar que o consumo de inseticidas tradicionais concentra-se

principalmente nas classes A e B, com uma baixa penetração. Tal fato estimularia a entrada de novos competidores nesse mercado. Vale ressaltar, porém, que os produtos ora analisados têm consumo sazonal, aumentando a demanda nos meses de verão. De toda forma, a conscientização para o uso de inseticidas tende a crescer em função, por exemplo, dos registros de casos de dengue em território nacional.

No que diz respeito à marca, as concorrentes S.C Johnson e Bayer comentaram que devido à reduzida penetração da categoria de inseticidas nos domicílios brasileiros e à baixa diferenciação do posicionamento das marcas, um novo produtor não encontraria maiores dificuldades para entrar no mercado.

Cabe ressaltar que tanto as concorrentes S.C Johnson e Bayer quanto as requerentes Clorox e Reckitt, têm significativos gastos com propaganda.

As redes de supermercados Carrefour e Sendas informaram que a importância estratégica desses produtos é a diversificação dos itens com suas marcas. O Carrefour comentou, ainda, que seus produtos têm 8,5% de participação no total das vendas de inseticidas, fato já abordado nesta análise.

A empresa Bernardo Química informou que as grandes empresas levam vantagem por possuírem um maior número de produtos, inclusive de outros segmentos que não o ora analisado. Dessa forma, as grandes redes teriam maior poder de negociação junto aos atacadistas.

A Action S/A informou que nos últimos 10 anos efetuou gastos na ordem de R\$ 5 milhões em marketing, com marca Formix. Esses investimentos foram empregados, também, com o lançamento de novos produtos, na tentativa de diluir o investimento inicial, aumentar o *portfolio* de produtos e oferecer mais opções aos consumidores.

A respeito da qualidade dos produtos ora analisados, vale mencionar o resultado de pesquisa referente ao Programa de Análise de Produtos, coordenado pela Divisão de Orientação e Incentivo à Qualidade do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Inmetro. O resultado, divulgado em 13 de julho de 2003, refere-se a ensaios realizados em amostras de inseticidas de ação múltipla, comercializados no mercado brasileiro. Esse Programa tem por objetivo principal diferenciar os produtos disponíveis no mercado nacional em relação à sua qualidade, tornando o mercado mais competitivo.

Foram selecionadas 07 marcas de inseticidas de ação múltipla, de 07 fabricantes, sendo 02 marcas importadas, conforme pode ser observado no Quadro X.

O Quadro XII relaciona os fabricantes e as marcas que tiveram amostras de seus produtos analisadas, bem como os locais onde os produtos foram adquiridos.

Quadro X

Marcas Analisadas

Marcas	Produtore/Vendedor	Origem	Local de Compra
Baygon Multi Plus	Bayer	RJ	RJ
Raid Prot. Multi Inseticida	S.C. Johnson (importado)	Argentína	RJ
Rodasol Multi Inseticida	Reckitt	SP	RJ
SBP Multi Inseticida	Clorox (importado)	Argentína	RJ
Mat Inset Multi Inseticida	Sul Química	RS	Natal/RN
Alerta Multi Inseticida	Ind. R. Raymundo Fonte	PE	Natal/RN
Uffa Multi Inseticida	Sociedade Industrial Ltda	SP	Natal/RN

Fonte: INMETRO.

No Programa do INMETRO ora relatado, foram realizados os seguintes tipos de análise: Análise de Teor; Eficácia na Eliminação de *Musca Domestica* (Mosca Doméstica); Eficácia na Eliminação de *Blatella Germanica* (Barata); Eficácia na Eliminação de *Periplaneta Americana* (Barata); e Eficácia na Eliminação de *Aedes Aegypti* (Mosquito).

A seguir está reproduzida parte da conclusão do INMETRO.

“(...) De acordo com os resultados encontrados, podemos concluir que a tendência dos Inseticidas de Ação Múltipla encontrados no mercado nacional é de estarem de acordo com os regulamentos técnicos e as exigências do órgão regulamentador do produto, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa.

Apenas a marca Raid Protector Multi Inseticida, importada da Argentina, teve resultado considerado “Insatisfatório”, pois não atendeu aos critérios exigidos pela Anvisa, para eficácia contra Aedes Aegypti.

Os laudos foram enviados para a Gerência Geral de Saneantes, da Anvisa, e para o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, do Ministério da Justiça, para que sejam tomadas as devidas providências. (...)"

Dentre as análises realizadas, nos diversos tipos de marcas, apenas a amostra da marca Raid Protector Multi Inseticida (marca oferecida pela S.C Johnson, requerente do presente ato de concentração) teve resultado insatisfatório.

Da pesquisa efetuada pelo INMETRO pode-se observar que a qualidade dos inseticidas comercializados independe da dimensão da empresa produtora, ou seja, empresas de pouca expressão neste mercado, por exemplo, obtiveram índices superiores aos alcançados pela requerente S.C. Johnson, uma das líderes desse setor.

A divulgação da pesquisa teve caráter educativo e poderá até contribuir para facilitar a comercialização de produtos de novos entrantes e aumentar a penetração dos produtos de outras já comercializadas, quebrando a resistência natural a novos produtos.

V.2 – Rivalidade

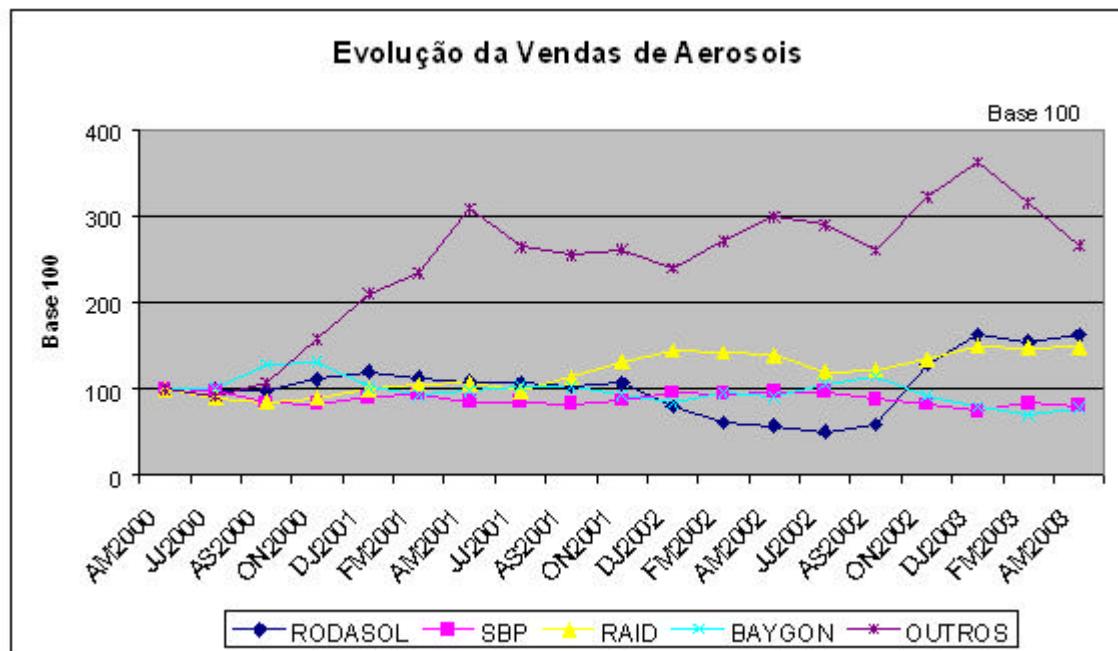
De acordo com as informações prestadas pelas Requerentes, Concorrentes e “Terceiristas” (atuam nos mercados analisados apenas produzindo para a comercialização de terceiros) a capacidade ociosa dos Concorrentes disponível para a fabricação de inseticidas é superior à produção total das Requerentes, em

aproximadamente 10 vezes para o segmento de aerosóis, para os demais segmentos, embora a Reckitt não tenha informado podemos observar que a capacidade instalada existente supera amplamente as necessidades do mercado, conforme observado no Quadro XI. Na ociosidade apurada, foi levada em conta a possibilidade da elevação da jornada de trabalho (turno).

Cabe observar que as Requerentes também operam com elevada capacidade ociosa, no entanto, essa situação não se constitui em barreira à entrada de novas empresas no mercado de comercialização dos produtos ora analisados. Isso porque o mercado, conforme já observado, conta com empresas especializadas na produção terceirizada de inseticidas. Dessa forma, os custos fixos de entrada são praticamente eliminados.

A evolução das vendas e preços no segmento de aerosóis, no período de 1998 a 2003, está apresentada nos Gráficos VII e VIII.

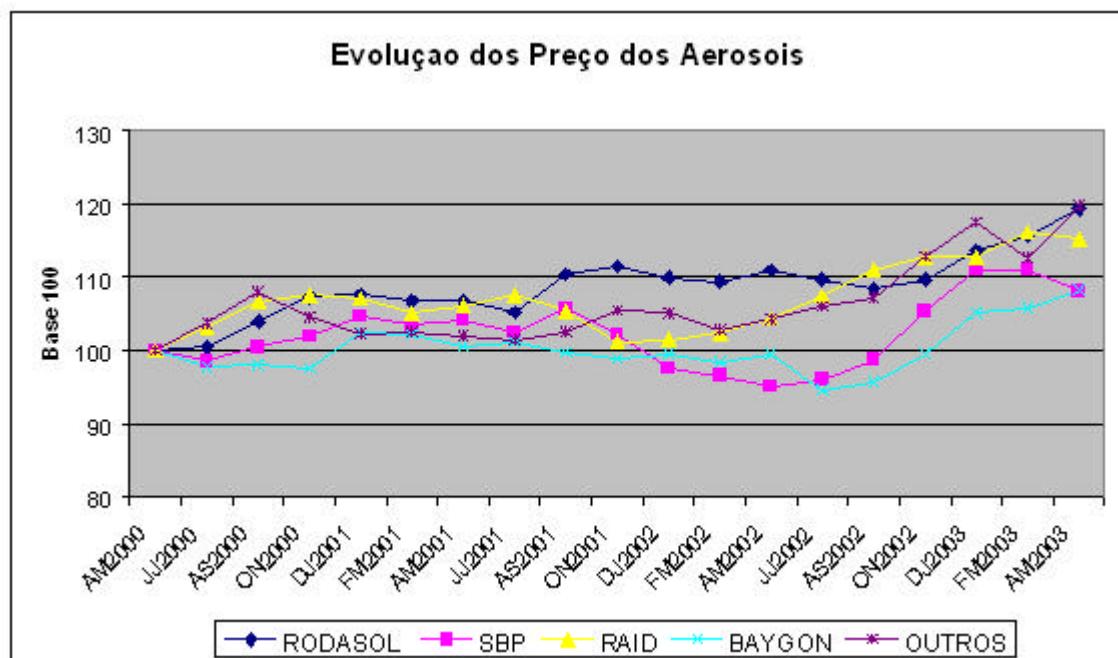
Gráfico VII



Fonte: ACNielsen.

Obs.: Requerentes (RAID e BAYGON)

Gráfico VIII



Fonte: ACNielsen.

Obs.: Requerentes (RAID e BAYGON)

Pode-se observar que os produtos comparados nos Gráfico VII e VIII apresentaram um comportamento homogêneo no período analisado, o que demonstraria a existência de concorrência de preços nesse setor. Conforme já observado, cabe ressaltar que o aerosol Baygon (Bayer) apresentou, no período, uma elevação de preços superior aos demais, tendo como consequência uma diminuição de suas vendas.

Vale ressaltar que, em 16/10/2002, quando da submissão do ato de Concentração nº 08012-007176/2002-35 (S.C Johnson e Bayer), a empresa Reckitt Benckiser do Brasil formalizou junto ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, pedido de Medida Acautelatória para aquela operação. O CADE entendeu não ser cabível a concessão da referida medida. Em 22/04/2003, então, foi submetido à apreciação do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência o presente Ato de Concentração.

Esses movimentos da Reckitt Benckiser podem permitir uma interpretação de que essa empresa vê a S.C. Johnson como um rival efetivo no mercado de inseticidas.

V.3 – Outros Fatores

V.3.1 – Posicionamento dos Clientes

A distribuição dos inseticidas é feita, preferencialmente, nos supermercados, grande canal de escoamento desses produtos.

Em resposta à consulta realizada por esta SEAE, os clientes do segmento de inseticidas, em sua maioria, manifestaram-se favoravelmente à operação. Foram consultados os seguintes clientes: Carrefour Comércio e Indústria Ltda. (distribuidor e concorrente), Sendas S.A. (distribuidor e concorrente) e Martins Comércio e Serviços e Distribuição S.A., segundo maior distribuidor nacional, conforme *ranking* da ACNielsen, em conjunto com a ABAD - Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados, de 1999.

Assim, frente às redes varejistas e cadeias de supermercados, as requerentes dificilmente teriam condições de impor aumentos abusivos de preços, visto que o setor produtor enfrenta um grande poder de negociação dos compradores.

VI. Recomendação

O negócio realizado entre as requerentes resultará em um significativo grau de concentração horizontal no mercado de inseticidas em suas diversas apresentações. Todavia, as condições de entrada, tornam menos provável o surgimento de efeitos anticompetitivos resultantes da operação.

A existência de clientes com forte capacidade de negociação e a rivalidade existente no setor também atenuam a probabilidade de exercício de poder de mercado. Assim, esta SEAE considera que tais fatores podem limitar a probabilidade do exercício unilateral e/ou coordenado do poder de mercado das empresas Requerentes. Dessa forma, recomenda-se a aprovação da operação ora analisada.

À apreciação superior.

CELSO DE MELO PINTO
Técnico

FERNANDA NIGRI
Coordenadora da COBED, 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