



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

Parecer n^o 156 COBED/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 12 de julho de 2002

Referência: Ofício SDE/GAB N^o 029, de 03/01/2001

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO N.º 08012.000002/2001-61

Requerentes: Amorim Pinto e Cia. Ltda., Aro S/A Exportação, Importação e Comércio, Indústrias Reunidas Renda S/A, Metalúrgica Cearense S/A, Tapon Corona Metal Plástico Ltda. e Tapon Corona Industrial do Norte S/A.

Operação: constituição da empresa denominada Cia. de Rolhas Metálicas das Américas, a partir da associação das empresas supra mencionadas, no setor de indústria metalúrgica (rolhas metálicas e litografia).

Recomendação: Reprovação

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 a constituição da empresa denominada Companhia de Rolhas Metálicas das Américas, a partir da associação das empresas Amorim Pinto e Cia Ltda., Aro S.A. Exportação, Importação e Comércio, Indústrias Reunidas Renda S/A, Metalúrgica Cearense S/A, Tapon Corona Metal Plástico Ltda. e Tapon Corona Industrial do Norte S/A .

I. DAS REQUERENTES

I.1 Amorim Pinto e Cia. Ltda.

A empresa Amorim Pinto é uma sociedade por cotas de responsabilidade limitada, com sede no Rio de Janeiro – RJ, que atua na produção e comercialização de rolhas metálicas e no provimento de serviços conexos de litografia.

No exercício fiscal encerrado em 31/12/99, a empresa registrou um faturamento da ordem de R\$ 8,2 milhões.

Os principais quotistas da empresa, com mais de 5% de seu capital, são os seguintes:

Quadro I
Composição do Capital Social

| Quotistas | Participação |
|---------------------------------|--------------|
| Flávio da Silva Amorim | 48% |
| Manoel Joaquim Pinto Neto | 20% |
| Maria de Fátima Gonçalves Pinto | 20% |

Fonte: Requerentes

I.2 Grupo Cobansa

O Grupo Cobansa, de nacionalidade brasileira, atua no setor de administração imobiliária através das empresas Alfa I – Administração de Bens e Empresas S/C Ltda., Cobansa S/A Administração de Bens e Empresas, Nova Apolo Comercial e Imobiliária Ltda. e Prohabita Participações e Comércio Ltda., bem como no setor da indústria metalúrgica através da empresa Aro S/A Exportação, Importação, Indústria e Comércio. No exercício fiscal, encerrado em 31/12/99, o Grupo registrou, no Brasil, um faturamento da ordem de R\$ 43,2 milhões. No âmbito do Mercosul, excetuando-se o Brasil, o Grupo Cobansa obteve um faturamento de cerca de R\$ 2,2 milhões.

A empresa Aro S/A Exportação, Importação, Indústria e Comércio – uma das empresas objeto da operação – fabrica e comercializa rolhas metálicas, latas de 18 litros, latas ¼ de galão, latas de 1 litro, tampas metálicas para copos e potes e litografia em folhas de flandres. No exercício fiscal de 1999, as atividades produtivas da Aro renderam-lhe um faturamento da ordem de R\$ 42,7 milhões.

Quadro II
Aro S/A Exportação, Importação, Indústria e Comércio
Composição Acionária

| Acionistas | Participação Acionária |
|--------------------------------------------|------------------------|
| Cobansa S/A Adm.de Bens e Empresas | 82,15% |
| Alfa I – Adm. de Bens e Empresas S/C Ltda. | 5,95% |
| Nova Apolo Com. e Imob. Ltda. | 5,95% |
| Prohabita Participação e Comércio Ltda. | 5,95% |

Fonte: Requerentes

I.3 Indústrias Reunidas Renda S/A

Sociedade com sede no município de Recife – PE, as Indústrias Reunidas Renda S/A atua exclusivamente no âmbito do território nacional, através da fabricação e comercialização de rolhas metálicas, da oferta de serviços litográficos e da distribuição de medicamentos. O faturamento registrado pela empresa, no exercício fiscal de 1999, foi da ordem de R\$ 26 milhões.

Quadro III
Indústrias Reunidas Renda S/A
Composição Acionária

| Acionistas | Ações Ordinárias | Participação Acionária |
|--------------------------|------------------|------------------------|
| Italo Brasil Renda | 500 | 50% |
| Italo Brasil Renda Filho | 250 | 25% |
| Eduardo José Renda | 250 | 25% |

Fonte: Requerentes

I.4 Metalúrgica Cearense S/A

Sociedade por ações, com sede na cidade de Fortaleza-PE, atua exclusivamente no mercado nacional, através da fabricação e comercialização de latas de três peças, assim como na produção e comercialização de rolhas metálicas. Tais atividades produtivas proporcionaram a Metalúrgica Cearense S/A um faturamento da ordem de R\$ 54 milhões, no exercício fiscal de 1999.

A principal acionista da empresa é a Sr^a Rosimar Maria de Lima Gurgel, que detém 96,44% de seu capital social.

I.5 Grupo Tapon Corona

O Grupo Tapon Corona, de nacionalidade brasileira, atua – através das empresas Tapon Corona Metal Plástico Ltda., Tapon Corona Industrial do Norte S/A, Verplasa - Vernizes e Plásticos S/A, Tapon & Lubeca S.C.P. e Tapon Nucon Ltda. – na indústria de plásticos e borrachas - fabricação e comercialização de embalagens, e na indústria metalúrgica - produção e comercialização de rolhas metálicas e latas litografadas. No exercício fiscal, encerrado em 1999, o Grupo registrou um faturamento da ordem de R\$ 117 milhões.

Quadro IV
Grupo Tapon Corona
Composição Acionária

| Acionistas | Participação Acionária |
|----------------------------|------------------------|
| Banque Notz Stuki | 90% |
| Felipe Lopez Zapata | 9% |
| Francisco Xavier L. Zapata | 1% |

Fonte: Requerentes

Com sede na cidade de São Paulo – SP, Tapon Corona Metal Plástico Ltda. – uma das empresas objeto da operação – dedica-se a fabricação e comercialização de rolhas metálicas, latas metálicas para embalagens de pequena dimensão (talgo e balas), tampas plásticas para garrafas PET (*roll on*) e pré formas para garrafas PET. Em 1999, a empresa registrou um faturamento da ordem de R\$ 98 milhões.

Quadro V
Tapon Corona Metal Plástico Ltda.
Composição Acionária

| Acionistas | Participação Acionária |
|--------------------------------|------------------------|
| Banque Notz Stuki ¹ | 90% |
| Felipe Lopez Zapata | 9% |

Fonte: Requerentes

II. DA OPERAÇÃO

Trata-se da constituição da empresa Companhia de Rolhas Metálicas das Américas - CROMA, a partir da associação das empresas Amorim Pinto e Cia Ltda., Aro S/A Exportação, Importação e Comércio, Indústrias Reunidas Renda S/A, Metalúrgica Cearense S/A, Tapon Corona Metal Plástico Ltda. e Tapon Corona Industrial do Norte S/A, realizada em 14 de dezembro de 2000.

A operação, de acordo com informações prestadas pelas requerentes, tem por objetivo renegociar a produção de rolhas metálicas das empresas que constituem a CROMA, de modo a permitir a permanência das mesmas no mercado de rolhas metálicas. A constituição da CROMA visa, segundo ainda as empresas requerentes, garantir a eficiência e a competitividade do negócio de rolhas metálicas, que passará a ser exercido exclusivamente pela Companhia de Rolhas Metálicas das Américas (CROMA), sendo que as demais atividades desempenhadas pelas empresas, individualmente, não são objeto da operação.

Quadro VI
Estrutura Societária da CROMA

| Acionistas | Ações Ordinárias |
|--------------------------------------|------------------|
| Amorim Pinto | 20% |
| Aro S/A Export., Import. Ind. e Com. | 20% |
| Indústrias Reunidas Renda S/A | 20% |
| Metalúrgica Cearense S/A | 20% |
| Tapon-Corona Metal Plástico Ltda. | 20% |

Fonte: Requerentes

¹ De acordo com informações prestadas pelas requerentes, as quotas detidas por Woodmeen Ltd. foram transferidas para o Banque Notz Stuki, não havendo mudança do grupo controlador.

Segundo informações prestadas pelas requerentes, em resposta ao Ofício SEAE nº 826, de 20/02/01, a estrutura societária da CROMA *poderá ser alterada em conformidade com as participações de mercado de cada quotista, bem como da avaliação dos respectivos parques industriais, conforme disposto na cláusula primeira do Acordo de Associação Comercial.*

II.1 Das Justificativas

De acordo com as requerentes, a operação – que resulta na concentração do mercado de rolhas metálicas – se justifica tanto *pelas próprias circunstâncias de funcionamento do setor, como também foi precipitada, decisivamente, pela ação da Ambev, gerando, o que se pode cognominar de “concentração de sobrevivência”.* Em relação a AMBEV, as requerentes afirmam que:

“A Companhia de Bebidas das Américas – AMBEV, por sua empresa coligada Arasuco Aromas e Sucos S/A, aprovou junto à SUFRAMA, um projeto de instalação de uma fábrica de rolhas metálicas em Manaus, com capacidade para produzir cerca de 7 bilhões de rolhas metálicas anuais.

A AMBEV é o principal cliente das empresas brasileiras produtoras de rolhas metálicas, consumindo cerca de 65% deste mercado. Portanto, a produção cativa de rolhas metálicas ocasionará uma substancial contração do mercado, da ordem de 45%, no caso da empresa optar por adquirir no mercado “até” 30% das necessidades. (...)”

Quanto as próprias circunstâncias do funcionamento do setor de rolhas metálicas, as requerentes expuseram o seguinte:

“O mercado tem uma capacidade de produção anual de 38 bilhões de unidades e uma demanda de aproximadamente 15 bilhões anuais, o que representa, hoje, uma taxa de ociosidade da ordem 60,5%, desconsiderada a ampliação da capacidade produtiva em curso. A nova planta produtiva da AMBEV precipita uma situação inexorável. A demanda por rolhas metálicas tem sido influenciada de forma decisiva pela substituição de embalagens de vidro por embalagens PET, para o acondicionamento de bebidas. (...) A generalização do uso dessas embalagens no País (...) ganhou a preferência tanto do consumidor, quanto da indústria produtora de refrigerantes. (...) Neste contexto, o mercado de rolhas metálicas vem sofrendo considerável contração. De fato, este setor tem uma dinâmica subordinada à prevalecente no mercado de vidro. À medida que este tipo de embalagem perde espaço para as embalagens PET e de lata, as perspectivas são de estagnação e declínio.

Em situações como a descrita, ocorre um acirramento da concorrência entre os participantes do mercado, motivado pelo desejo de sobreviver como agente. A alternativa encontrada se materializa na busca de maior eficiência produtiva e de ganhos de escala, o que conduz, necessariamente, um processo de concentração necessária e inevitável.

O mercado de rolhas metálicas está ubicado entre oligopólios concentrados dos quais depende. Pelo lado dos insumos, subordina-se à CSN, única produtora de folha de flandres (monopólio). De outra parte, a demanda provém da indústria de embalagens em vidro. Esta indústria no Brasil é altamente concentrada e titular incontestemente de poder de mercado (oligopólio). Nesse sentido não têm as empresas produtoras de rolhas metálicas qualquer aptidão

para compensar um eventual estreitamento do mercado por meio de reajustes de preços. Depreende-se, por via de consequência, que qualquer aumento de receitas depende crucialmente de reduções de custos (...) que só se tornam possíveis mediante ganhos ou incrementos da escala de produção”.

III DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

III.1 Dimensão Produto

Os produtos fabricados e ofertados pelas empresas requerentes, no mercado nacional, encontram-se listados no Quadro VI, a seguir.

Quadro VII
Produtos Ofertados pelas Requerentes
Mercado Nacional

| Produto | Amorim Pinto | Aro | Renda | Mecesa | TaponCorona |
|----------------------------------|--------------|----------|----------|----------|-------------|
| Rolhas Metálicas | X | x | x | x | x |
| Serviços de Litografia | X | | x | | |
| Latas de 18 litros | | x | | | |
| Latas de ¼de galão | | x | | | |
| Latas de 1 litro | | x | | | |
| Tampas metálicas (copos e potes) | | x | | | |
| Distribuição de medicamentos | | | x | | |
| Latas de três peças | | | | x | |
| Tampas plásticas (garrafas PET) | | | | | x |
| Embalagens PET | | | | | x |
| Litografia em folhas de flandres | | | | | x |
| Latas para talco e balas | | | | | x |

Fonte: Requerentes

Cabe salientar que, conforme relatado no item II do presente Parecer Técnico, as demais atividades produtivas desempenhadas pelas empresas, individualmente, não são objeto do Acordo de Associação Comercial firmado pelas mesmas. Portanto, o único mercado relevante na dimensão produto a ser analisado no presente ato de concentração será o de rolha metálica.

Vale lembrar que as rolhas metálicas são utilizadas para vedar embalagens de vidro para bebidas, tais como cerveja, refrigerante, leite de coco, sucos, etc, e que não há produtos substitutos, já que as tampas plásticas são destinadas apenas para embalagens PET.

III.2 Dimensão Geográfica

As estimativas referentes a participação das importações (0,75%) no mercado nacional de rolhas metálicas é diminuta, sobretudo pelo diferencial de preço, pois enquanto o custo médio pago por mil rolhas metálicas produzidas no Brasil gira em torno de US\$ 3,40, ex-impuestos (ICMS e IPI), a mesma quantidade do produto importado custa cerca de US\$ 4,88, ex-impuestos (ICMS e IPI).

Ademais, dificuldades relativas a dinâmica de logística – estoque circulante, restrições às atividades promocionais com embalagens que utilizam tal insumo – risco de perda do insumo (acidentes durante o transporte) e eventual impossibilidade de pronto atendimento aos pedidos de compras, são outros fatores que, segundo informações prestadas pelos demandantes de rolhas metálicas, em resposta aos Ofícios emitidos por esta Secretaria, contribuem para explicar a reduzida participação das importações no mercado de rolhas metálicas.

Isto posto, considerar-se-á, para fins de análise da presente operação, a totalidade do território nacional como área de abrangência geográfica do mercado relevante, já que os produtores vendem rolhas metálicas, a partir de suas respectivas fábricas, em todo o território nacional, conforme demonstrado no quadro a seguir.

Quadro VIII
Rolhas Metálicas - Distribuição Geográfica

| Estado de Destino | Amorim (Rio de Janeiro) | Aro (São Paulo) | Renda (Pernambuco) | Mecesa (Ceará) | Tapon (São Paulo) |
|--------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------|-------------------|----------------------|
| Acre | | | | X | X |
| Alagoas | X | X | X | X | X |
| Amapá | | | | | X |
| Amazonas | | | | X | X |
| Bahia | X | X | X | X | X |
| Ceará | X | X | X | X | X |
| Distrito Federal | | | | X | X |
| Espírito Santo | | X | | X | X |
| Goiás | | X | | X | X |
| Maranhão | | | X | X | X |
| Mato Grosso | | X | | X | X |
| Mato Grosso do Sul | X | X | | | X |
| Minas Gerais | X | X | X | X | X |
| Pará | | | X | | X |
| Paraíba | | | X | X | X |
| Paraná | | X | X | X | X |
| Pernambuco | X | | X | X | X |
| Piauí | | | | X | X |
| Rio G. do Norte | | | X | X | |
| Rio G. do Sul | X | X | | X | X |
| Rio de Janeiro | X | X | X | X | X |
| Rondônia | | X | | X | X |
| Roraima | | | | X | |
| Santa Catarina | X | X | | X | X |
| São Paulo | X | X | X | X | X |
| Sergipe | X | | X | X | X |

| | | | | | |
|-----------|--|---|--|--|---|
| Tocantins | | X | | | X |
|-----------|--|---|--|--|---|

Fonte: Requerentes

IV. POSSIBILIDADE DO EXERCÍCIO DO PODER DE MERCADO

IV. 1 Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes

O mercado relevante, para efeito do cálculo de participação de mercado das empresas requerentes, será mensurado a partir da quantidade vendida pelas empresas que efetivamente produzem e/ou ofertam rolhas metálicas no mercado nacional. A opção pelos dados referentes às quantidades vendidas baseia-se no fato de esta ser uma variável chave da competição em mercados de produtos homogêneos.

Quadro IX
Estrutura da Oferta de Rolhas Metálicas
Mercado Nacional – 2000

| Empresas | Quantidade | Participação % |
|-----------------|-------------------|----------------|
| Mecesa | 3.686.000 | 25,60% |
| Aro | 3.542.000 | 24,60% |
| Tapon Corona | 3.269.000 | 22,70% |
| Renda | 2.297.000 | 15,95% |
| Amorim Pinto | 1.426.000 | 9,90% |
| Subtotal | 14.220.000 | 98,75% |
| Metalamazon | 72.000 | 0,50% |
| Importações | 108.000 | 0,75% |
| Total | 14.400.000 | 100,00% |

Fonte: Sindicato Nacional da Indústria de Cerveja – SINDICERV

Conforme exposto no Quadro VII, acima, a constituição da empresa Companhia de Rolhas Metálicas das Américas - CROMA, a partir da associação das empresas Amorim Pinto e Cia Ltda., Aro S.A. Exportação, Importação e Comércio, Indústrias Reunidas Renda S/A., Metalúrgica Cearense S/A., Tapon Corona Metal Plástico Ltda. e Tapon Corona Industrial do Norte S/A, resultará em uma participação de mercado da ordem de 98,75%.

Assim, depreende-se que o elevado grau de concentração resultante da operação altera significativamente a estrutura do mercado de rolhas metálicas que, composto anteriormente por seis empresas, agora adquire características de monopólio.

IV.2 Cálculo do C4

O grau de concentração do segmento de rolhas metálicas, medido pelo somatório das participações de mercado dos quatro maiores fabricantes – Mecesa, Aro, Tapon Corona e Renda, na fase que antecede a operação, é de 88,85%. Após a operação, o C4 passa a ser superior a 99,25%.

V. PROBABILIDADE DO EXERCÍCIO DO PODER DE MERCADO

V.1 Importações

Em resposta ao Ofício SEAE nº 102, de 09/01/02, as empresas requerentes informaram que “há que se considerar a possibilidade de importação de rolhas metálicas por parte dos clientes localizados no Brasil”. Segundo as mesmas, “se os clientes nacionais pudessem recorrer às rolhas importadas em um período razoavelmente curto, de modo a não se submeterem às condições determinadas pelos ofertantes internos, poder-se-ia dizer que o efeito disciplinador das importações seria suficiente para inviabilizar o exercício de poder de mercado”.

Alegaram ainda, que há informações seguras de que as rolhas metálicas importadas têm apresentado papel disciplinador, já que há notícias de que em 2001 a AMBEV supriu parte de sua demanda com produto importado da França (Tapon France), utilizando-se desse instrumento como eficaz mecanismo de pressão para negociação de preços frente aos produtores nacionais. Tal fato acarretou em um aumento da participação das importações de rolhas metálicas no mercado nacional de 0,75%, em 2000 para 2%, em 2001.

De acordo ainda com as informações prestadas pelas empresas requerentes, o produto internado tem preço superior ao do produto nacional em aproximadamente 18,5% e que no caso de importação de grandes quantidades o cliente provavelmente obteria descontos expressivos, na medida em que se diluiriam os gastos de transporte e os custos de preparações gráficas para a impressão das rolhas. Ademais, ainda que o diferencial de preço entre o produto importado e o nacional se mantivesse no patamar de 18,5%, a utilização das rolhas metálicas importadas aumentaria o custo unitário dos clientes em somente R\$ 0,0148².

Quadro X
Preço Internado x Preço Doméstico

| | |
|------------------------------------------|-----------|
| Preço Internacional | US\$ 3,00 |
| Frete (7,6% do custo total) | US\$ 0,28 |
| Imposto de Importação (19%) | US\$ 0,60 |
| Despesas Diversas (5%) | US\$ 0,15 |
| Total (ex-impuestos ICMS e IPI) | US\$ 4,03 |
| Preço Nacional (ex-impuestos ICMS e IPI) | US\$ 3,40 |
| Preço Internado x Preço Nacional | 18,5% |

Fonte: Requerentes

Embora as empresas requerentes tenham alegado que as importações podem inviabilizar o exercício de poder de mercado da CROMA, tal argumento não é respaldado por seus clientes. Consultados por esta SEAE, todos os clientes da CROMA afirmaram que, além do diferencial de preço, as dificuldades relativas à dinâmica de logística – estoque circulante, restrições às atividades promocionais com embalagens que utilizam tal insumo – risco de perda do insumo (acidentes durante o transporte) e eventual impossibilidade de pronto atendimento aos pedidos de compras, são fatores que inibem as importações de rolhas metálicas.

² De acordo com as informações prestadas pelas requerentes, as rolhas metálicas representam parcela bastante reduzida no custo dos refrigerantes, cervejas, águas, etc, correspondendo a cerca de R\$ 0,08 por unidade.

Especificamente em relação ao item V.I, relativo às importações, cabe ressaltar que as próprias empresas requerentes, em resposta ao Ofício SEAE nº 3.153, de 12/07/01, haviam informado que "(...) como a indústria nacional opera com capacidade ociosa é pouco provável que empresas brasileiras se abasteçam por meio de importações, especialmente porque as rolhas metálicas produzidas no Brasil equiparam-se em qualidade a provenientes do exterior. (...) o diferencial de preços pagos pelo produto importado da França quando confrontado ao produto nacional constitui uma demonstração cabal de que a compra no exterior, em condições normais, não ocorre por ser economicamente inviável." Desta forma, esta SEAE entende que as importações não se configuram como um fator que possa inibir o exercício de poder de mercado da CROMA.

V.2 Condições de Entrada

Outro fator que inibe a probabilidade do exercício de poder de mercado é a possibilidade de entrada de novos competidores no mercado, introduzindo nova capacidade produtiva na indústria.

No caso específico do mercado de rolhas metálicas, há que se observar que a indústria, de característica declinante - em função das mudanças impostas, no decorrer da década de 90, pelos novos padrões de embalagens - opera com níveis elevados de capacidade ociosa, o que constitui-se em uma elevada barreira à entrada de novos competidores.

Quadro XI
Capacidade Instalada e Grau de Utilização
da Indústria de Rolhas Metálicas
(em bilhões de unidades)

| Ano | Tapon Corona | | Rendas | | Mecesa | | Aro | | Amorim Pinto | |
|------|--------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| | Instalada | % Utilização | Instalada | % Utilização | Instalada | % Utilização | Instalada | % Utilização | Instalada | % Utilização |
| 1996 | 11,5 | 41,58 | 3,3 | 65,86 | 11,5 | 46,16 | 5,7 | 53,83 | 4,3 | 35,18 |
| 1997 | 11,5 | 46,60 | 3,3 | 63,98 | 11,5 | 40,41 | 5,7 | 59,57 | 4,3 | 34,62 |
| 1998 | 11,5 | 34,47 | 3,3 | 52,96 | 11,5 | 35,49 | 5,7 | 61,08 | 4,3 | 29,48 |
| 1999 | 11,5 | 33,80 | 3,3 | 46,22 | 11,5 | 39,69 | 5,7 | 63,45 | 4,3 | 27,42 |
| 2000 | 11,5 | 32,17 | 3,3 | 46,20 | 11,5 | 41,22 | 5,7 | 67,70 | 4,3 | 24,81 |
| 2001 | 11,5 | 25,80 | 3,3 | 47,30 | 11,5 | 39,00 | 5,7 | 68,20 | 4,3 | 4,00 |

Fonte: Requerentes

Uma indústria, cuja dimensão do mercado é de 38 bilhões de unidades ano e a demanda contraiu-se em cerca de 60% e passou a consumir apenas 15 bilhões de unidades ano, tende a apresentar elevadas barreiras à entrada de novos competidores, sobretudo aquelas relacionadas às economias de escala e aos requisitos de capital.

Assim, as estimativas apresentadas pelas empresas requerentes no que tange ao investimentos de cerca de US\$ 10,8 milhões necessários à instalação de uma fábrica com capacidade de produção de cerca de 3,6 bilhões de rolhas metálicas não se sustentam técnica e economicamente, visto que a escala de produção foi reduzida drasticamente, em função das mudanças impostas pelos novos padrões de embalagem.

Esta SEAE considera, portanto, que a possibilidade de entrada no mercado de rolhas metálicas não é provável e, conseqüentemente, não é suficiente para inibir o exercício do poder de mercado da associação denominada CROMA.

V.3 Verticalização

As empresas requerentes alegaram a necessidade de se considerar a possibilidade de ingresso de novas empresas no mercado nacional. Apesar de a indústria nacional de rolhas metálicas operar com elevada capacidade ociosa e que tal fator, considerado isoladamente, representaria um limitador à entrada de novos ofertantes, “deve-se ter em conta a possibilidade de os clientes atuais ingressarem no segmento, produzindo rolhas para consumo cativo”. Trata-se, segundo as empresas requerentes, “do ocorrido com a AMBEV recentemente, que construiu uma fábrica em Manaus para o atendimento da maior parte de sua demanda, graças à facilidade da verticalização”, que apresentam “custos baixos para os agentes envolvidos, tecnologia de fabricação simples e madura”.

Os investimentos necessários para a instalação de uma fábrica com capacidade de produção de cerca de 3,6 bilhões de rolhas/ano foram estimados pelas requerentes da seguinte forma: utilizando-se equipamentos novos, seriam consumidos cerca de R\$ 25 milhões (US\$ 10,8 milhões) e o prazo para a colocação da unidade em funcionamento seria de 8 (oito) a 10 (dez) meses. Se, porém, fossem adquiridos equipamentos usados, os custos seriam reduzidos em aproximadamente 30%, ou seja, cerca de R\$ 17,5 milhões e o prazo necessário para a colocação da unidade em funcionamento seria de 3 (três) meses.

Nessa ordem de idéias, as empresas requerentes sugerem que a possibilidade de verticalização por parte dos clientes constitui importante fator disciplinador para a conduta das empresas já instaladas (CROMA), que apresentam capacidade ociosa de aproximadamente 60% e uma demanda naturalmente declinante. Nessas condições, a perda de outros clientes, como ocorrido com a AMBEV, seria fatal para o segmento, tornando inviável a permanência no mercado por falta de escala eficiente para a produção.

O argumento utilizado pelas requerentes para demonstrar que o exercício de poder de mercado da CROMA poderia ser inviabilizado não encontra respaldo por parte dos demandantes de rolhas metálicas.

Em resposta à consulta realizada por esta SEAE, todos os clientes da CROMA foram unânimes em afirmar que suas atividades fabris relacionam-se exclusivamente ao seu *core business*, ou seja, são fabricantes e/ou engarrafadoras de refrigerantes, cervejas, águas minerais, leite de coco e/ou sucos. Ademais, nenhuma das empresas consultadas soube estimar a escala mínima viável para a produção de rolhas metálicas e tão pouco o tempo necessário para instalação de uma unidade fabril. Infere-se, assim, que a Cola-Cola Indústrias Ltda. (incluindo a Kaiser), Primo Schincariol Indústria de Cervejas e Refrigerantes S/A, Empresas de Águas São Lourenço Ltda. (que comercializa as marcas Levíssima, Pure Life, Perrier, São Lourenço e Petrópolis) e Socôco S/A Indústrias Alimentícias sinalizaram no sentido de que, embora sejam empresas fabricantes e/ou engarrafadoras de bebidas, não têm interesse em constituir uma empresa produtora de rolhas metálicas.

Diferentemente do que foi alegado pelas empresas requerentes no que diz respeito ao tempo e investimento necessários à construção de uma unidade fabril de rolhas metálicas, a

AMBEV, em resposta ao Ofício SEAE nº 350, de 25/01/02, informou que foi investido o montante de R\$ 37.900.000,00 em sua fábrica de rolhas metálicas, situada em Manaus, e que o projeto foi iniciado em setembro/2000 e o produto acabado passou a ser disponibilizado a partir de setembro/2001. Vale salientar, ainda, que a AMBEV, em resposta ao Ofício SEAE nº 4.369, de 01/10/01, afirmou que o objetivo da planta, localizada em Manaus, “é atender, de forma cativa, as fábricas da AMBEV no Brasil, Argentina, Paraguai e Venezuela”.

No que diz respeito ao segundo argumento utilizado pelas empresas requerentes, ou seja, a possibilidade de os atuais fabricantes de refrigerantes, cervejas, águas minerais, leite de côco, sucos, etc ingressarem no mercado de rolhas metálicas, produzindo-as para consumo cativo, tal qual a AMBEV, além de não ter sido respaldado pelos clientes, (conforme relatado no item V.3 do presente parecer técnico) cujas atividades fabris relacionam-se, unicamente, à fabricação e/ou ao envase daquelas bebidas, esta SEAE entende que a iniciativa de verticalizar-se é inerente ao processo de tomada de decisão e de estratégias adotadas única e exclusivamente pelas empresas, respaldadas pela Constituição Federal que garante, no Título VII, Capítulo I, que trata dos Princípios Gerais da Atividade Econômica, a livre iniciativa, no *caput* do art. 170, e em seu parágrafo único estabelece que “é assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei”.

VI. CONSIDERAÇÕES ADICIONAIS

VI.1 Dos aumentos de Preços Praticados

De acordo com o relatado anteriormente, as associações de caráter horizontal podem ser implementadas com objetivos de inibir a ação de concorrentes, criar poder de mercado, facilitar a colusão, eliminar competidores potenciais e aumentar as barreiras à entrada. Em particular, a CROMA parece almejar tão somente a criação de poder de mercado com o objetivo de promover aumentos de preços, conforme denunciado pela Coca-Cola, em resposta aos Ofícios SEAE de números 1.046 e 3.231, de 13/03/01 e 13/07/01, respectivamente. Dado que os demandantes de rolhas metálicas já não mais possuem outras fontes alternativas para adquirir o produto, parece possível que a majoração de preços reflita o exercício de poder de mercado da CROMA.

Conforme restará demonstrado no Quadro XII, a seguir, a variação de preços implementada pela CROMA, a partir de sua constituição (Dez/2000), é de cerca de 12,9%, frente à inflação medida pelo IGP da ordem de 4,74%, o que representa um aumento real de 7,79%.

Quadro XII
Evolução dos Preços de Rolhas Metálicas
Pagos por Coca-Cola à CROMA

| Mês/Ano | Valores por milheiro (sem impostos) Engarrafadores Licenciados por Coca-Cola | | |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| | Bandeirantes | R. J. Refrescos | Spal |
| Nov/00 | R\$ 7,95 | R\$ 7,57 | R\$ 7,39 |
| Dez/00 | R\$ 7,95 | R\$ 7,57 | R\$ 7,39 |
| Jan/01 | R\$ 7,95 | R\$ 7,57 | R\$ 7,85 |
| Fev/01 | R\$ 7,95 | R\$ 8,05 | R\$ 7,85 |
| Mar/01 | R\$ 8,92 | R\$ 8,55 | R\$ 8,34 |

| | | | |
|-----------------|----------|----------|----------|
| Abr/01 | R\$ 8,92 | R\$ 8,55 | R\$ 8,34 |
| Mai/01 | R\$ 8,98 | R\$ 8,55 | R\$ 7,77 |
| Jun/01 | R\$ 8,98 | R\$ 8,55 | R\$ 8,34 |
| Varição % Total | 12,96% | 12,95% | 12,85% |

Fonte: Coca-Cola Indústrias Ltda., em resposta ao Ofício SEAE nº 3.231, de 13/07/01

Em resposta ao Ofício SEAE nº 4.878, de 12/11/01, a empresa Primo Schincariol Indústria de Cervejas e Refrigerantes S/A informou que tanto a ARO quanto a Tapon Corona implementaram aumentos de preços a partir da constituição da CROMA. Entre dezembro de 2000 e outubro de 2001, os aumentos implementados foram da ordem de 21,86%, conforme demonstrado no Quadro XIII, a seguir, elaborado a partir de notas fiscais comprobatórias. No mesmo período, a inflação medida pelo IGP foi da ordem de 9,36%, o que representa um aumento real de 11,43%.

Quadro XIII
Evolução dos Preços de Rolhas Metálicas
Pré e Pós Associação

| Primo Schincariol Indústria de Cervejas e Refrigerantes S/A | | | |
|-------------------------------------------------------------|----------|----------|--------------|
| Valor por milheiro (sem impostos) | | | |
| Data | ARO | Data | Tapon Corona |
| 20/11/00 | R\$ 5,81 | 08/11/00 | 5,81 |
| 04/12/00 | R\$ 5,81 | 04/12/00 | 5,81 |
| 26/12/00 | R\$ 5,81 | 29/12/00 | 5,81 |
| 14/05/01 | R\$ 6,68 | 05/02/01 | 5,81 |
| 12/06/01 | R\$ 6,68 | 15/05/01 | 6,68 |
| 03/07/01 | R\$ 6,68 | 12/06/01 | 6,68 |
| 13/07/01 | R\$ 7,08 | 04/07/01 | 6,68 |
| 09/10/01 | R\$ 7,08 | 14/09/01 | 7,08 |
| Varição % Total | 21,86% | | 21,86% |

Fonte: Primo Schincariol Ind. de Cervejas e Refrigerantes S/A, em resposta ao Ofício SEAE nº 4.878, de 12/11/01

A empresa Águas São Lourenço Ltda. em resposta ao Ofício SEAE nº 5.027, de 23/11/01, informou que a partir de sua constituição, a CROMA implementou aumentos de preços nos meses de dezembro de 2000, fevereiro de 2001 e julho de 2001, perfazendo um total de 21,87%. Como a inflação medida pelo IGP entre dezembro/2000 e julho de 2001 foi de 6,43%, o aumento de preços real promovido pela CROMA foi de 14,51%.

Quadro XIV
Evolução dos Preços de Rolhas Metálicas
Pré e Pós Associação

| Empresa de Águas São Lourenço Ltda. | | |
|-------------------------------------|--------------|---------|
| Valor por milheiro (sem impostos) | | |
| Data | Fornecedor | R\$ |
| 29/11/00 | Tapon Corona | 7,04 |
| 24/01/01 | Tapon Corona | 8,09 |
| 25/07/01 | Tapon Corona | 8,58 |
| Varição % Total | | 21,87 % |

Fonte: Empresa de Águas São Lourenço Ltda., em resposta ao Ofício SEAE nº 5.027, de 23/11/01

VI.1.1 Das Justificativas das Empresas Requerentes

De acordo com informações prestadas pelas empresas requerentes, os reajustes de preços implementados a partir da constituição da CROMA se justificam pelos aumentos dos custos de fabricação de rolhas metálicas.

O quadro XV a seguir, elaborado e encaminhado pelas empresas requerentes em resposta ao Ofício SEAE nº 102, de 09/01/02, apresenta uma estimativa da estrutura de custos dos ofertantes de rolhas metálicas no Brasil e os respectivos aumentos ocorridos entre novembro/2000 e dezembro/2001.

Quadro XV
Rolhas Metálicas - Estrutura de Custos

| Item de Custo | Estrutura de Custos (%) | Reajustes 11/00 a 12/01 | Impacto nos Custos |
|--------------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|
| Metal | 46,19 | 21,0% | 55,88 |
| PVC | 12,73 | 7,1% | 13,64 |
| Tintas e Vernizes | 13,91 | 53,0% | 21,29 |
| Embalagens | 2,89 | 13,4% | 3,27 |
| Energia Elétrica | 1,71 | 30,8% | 2,23 |
| Gás** | 2,10 | - | 2,10 |
| Mão-de-obra | 4,72 | 16,8% | 5,52 |
| Manutenção** | 5,12 | - | 5,12 |
| Despesas Administrativas e de Vendas | 9,06 | 2,2% | 9,25 |
| Despesas Financeiras** | 1,57 | - | 1,57 |
| Total | 100 | - | 119,97 |

**Não foram considerados os aumentos nos custos com gás, manutenção e despesas financeiras.

Fonte: Requerentes

Segundo, ainda, as empresas requerentes, “dentre os principais itens de custo, vários apresentaram reajustes muito expressivos, tais como folha de flandres (21%), tintas e vernizes (53%), embalagens (13,4%), mão-de-obra (16,8%) e energia elétrica (30,8%)”. Ainda de acordo com as empresas requerentes, “a maior parte desses aumentos é imposta aos integrantes da CROMA, sem possibilidade ou com reduzidas possibilidades de negociação. Trata-se de preços de monopólio (folha de flandres) ou preços públicos ou de agentes com forte poder de barganha”. As empresas requerentes alegam, ainda, que “a comparação dos reajustes praticados pelos ofertantes de rolhas metálicas com a evolução dos custos no período (cerca de 20%) revela política de preços pautada exclusivamente na tentativa de manutenção das margens mínimas de lucro, que já se encontravam muito corroídas”.

Ainda em resposta ao Ofício SEAE nº 102, de 09/01/02, as empresas requerentes informaram os preços das rolhas metálicas praticados pelas empresas que compõem a CROMA. Os preços informados são médios mensais e apresentam oscilações decorrentes do *mix* de rolhas produzidas (número de cores) e dos valores de frete (preço CIF).

Quadro XVI
Preços Médios (CIF sem ICMS e IPI)

| Mês | Amorim Pinto* | | Aro | | Tapon | | Renda** | | Mecesa | | Média*** | |
|--------|---------------|--------|------|--------|-------|--------|---------|--------|--------|--------|----------|--------|
| | R\$ | % Acum | R\$ | % Acum | R\$ | % Acum | R\$ | % Acum | R\$ | % Acum | R\$ | % Acum |
| Nov/00 | 6,27 | - | 6,41 | - | 6,49 | - | 7,35 | - | 6,45 | - | 6,59 | - |
| Dez/00 | 6,27 | 0,0 | 6,42 | 0,2 | 6,52 | 0,5 | 7,23 | -1,6 | 6,01 | -6,8 | 6,49 | -1,6 |
| Jan/01 | 6,64 | 5,8 | 6,85 | 6,9 | 6,85 | 5,5 | 7,93 | 7,9 | 6,68 | 3,5 | 6,99 | 6,0 |
| Fev/01 | 6,64 | 5,8 | 6,97 | 8,7 | 7,20 | 10,9 | 8,37 | 13,9 | 6,93 | 7,4 | 7,22 | 9,5 |
| Mar/01 | 7,10 | 13,2 | 7,30 | 13,9 | 7,26 | 11,9 | 8,44 | 14,8 | 6,76 | 4,9 | 7,37 | 11,8 |
| Abr/01 | 6,88 | 9,7 | 7,40 | 15,4 | 7,44 | 14,6 | 8,28 | 12,7 | 6,94 | 7,6 | 7,39 | 12,0 |
| Mai/01 | 6,88 | 9,7 | 7,33 | 14,4 | 7,28 | 12,2 | 8,28 | 12,7 | 6,78 | 5,1 | 7,31 | 10,8 |
| Jun/01 | 6,88 | 9,7 | 7,41 | 15,6 | 7,42 | 14,3 | 8,11 | 10,3 | 7,15 | 10,8 | 7,39 | 12,1 |
| Jul/01 | 7,29 | 16,2 | 7,43 | 15,9 | 7,69 | 18,5 | 8,62 | 17,3 | 6,49 | 0,5 | 7,50 | 13,8 |

*Preços calculados a partir da média simples entre os valores cobrados para rolhas com 1, 2, 3 e 4 cores.

**Preços com ICMS e IPI.

***Média simples.

VI.1.2 Do Posicionamento da SEAE

Os argumentos alegados pelas empresas requerentes no sentido de justificar os aumentos de preços praticados logo após a constituição da Companhia de Rolhas Metálicas das Américas – CROMA, refletem a atual estrutura do mercado de rolhas metálicas. Ou seja, o repasse automático da variação dos custos de produção ao preço do produto é consequência do alto grau de concentração do mercado e da inexistência de concorrência e reflete, portanto, o exercício do poder de mercado da CROMA, cuja demanda encontra-se dela dependente. Se, ao contrário, a indústria de rolhas metálicas estivesse exposta à concorrência, o repasse imediato das oscilações dos custos de produção ao preço do produto não seria factível, dado que o ambiente competitivo agiria de forma a neutralizar a fixação de preços não-competitivos.

VI.2 Do Mercado de Embalagens

Convém considerar que certos argumentos são alegados para justificar os acordos de caráter horizontal. Frequentemente se referem ao fato de que a indústria não pode operar com competição, dado que o suposto excesso de competição implicaria a falência das firmas menores e menos eficientes até o ponto do surgimento de um monopólio. Tal justificativa somente é válida no caso de monopólios naturais. Na maior parte dos casos o tamanho do mercado autoriza a presença de um número de empresas razoável. De qualquer forma, é certo que novas tecnologias, a entrada de um novo competidor mais eficiente ou, ainda, um período de recessão, sujeitem as empresas à pressão competitiva, ou seja, durante algum tempo, todas podem enfrentar prejuízos e as menos eficientes não sobrevivam. Porém, essa é a própria essência do processo competitivo.

A evolução da participação de cada tipo de embalagem empregada tanto para refrigerantes quanto para cervejas, durante o decorrer da década de 90, demonstra – conforme exposto no Quadro XVII a seguir – a exigência de adequação do setor às mudanças impostas pelos novos padrões de embalagens.

Quadro XVII
 Mercado Nacional de Refrigerantes e Cervejas
 Participação por tipo de embalagem

| Refrigerantes | 1990 | 1993 | 1995 | 1997 | 2001* |
|---------------|------|------|------|------|-------|
|---------------|------|------|------|------|-------|

| | | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Vidro Retornável | 87,1% | 65,5% | 36,6% | 19,5% | 12,7% |
| Vidro One Way | 0,3% | 0,5% | 0,2% | 0,1% | 0,1% |
| Latas | 0,8% | 2,1% | 4,7% | 7,3% | 12,0% |
| PET Retornável | 0,1% | 5,3% | 5,6% | 5,2% | 5,7% |
| PET One Way | 2,7% | 21,5% | 48,4% | 64,3% | 65,7% |
| Cerveja | | | | | |
| | 1990 | 1993 | 1995 | 1997 | 2001 |
| Vidro Retornável | 94,8% | 88,0% | 77,4% | 75,1% | 59,7% |
| Vidro One Way | 0,3% | 1,0% | 2,0% | 3,3% | 6,4% |
| Latas | 1,9% | 7,9% | 17,8% | 18,4% | 31,2% |
| Chope | 3,0% | 3,1% | 2,8% | 2,7% | 2,8% |

(*) Estimativa - Fonte: Datamark

Corroborando o acima exposto, estudo realizado pelo BNDES³ aponta para o fato de que este mercado vem se modificando ao longo dos últimos anos em relação aos tipos de embalagens tradicionalmente utilizadas. Em nível mundial, a embalagem de vidro tinha, no passado, a maior participação, tanto em cervejas quanto em refrigerantes. Com o passar dos anos, as indústrias de aço, alumínio e petroquímica passaram a desenvolver uma estratégia agressiva neste segmento e a colher êxitos, absorvendo parcela significativa do mercado, antes dominado pelas embalagens de vidro.

Dentre estas novas embalagens, destaca-se o PET no segmento de refrigerantes, com participação de 48,6% nos Estados Unidos, 49% na Europa e 60% no Brasil. As latas também vêm evoluindo no setor de refrigerantes, tendo atingido 50%, 16% e 8,1% nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil, respectivamente.

No segmento de cervejas, o grande desafio é a competição entre a embalagem de vidro e as latas de aço e alumínio. Nos Estados Unidos as latas predominam com 61,4% contra 38,6% das embalagens de vidro. Na Europa as embalagens de vidro representam 78%, enquanto as latas detêm 22% do mercado. No Brasil, a participação das embalagens de vidro também é maior, com 83,8%, contra 16,2% das latas.

Assim, os produtores de tampas metálicas poderiam ter promovido, ao longo dos anos noventa, os ajustes necessários em suas unidades fabris, como o fez a empresa Tapon Corona, e desta forma ingressar nos mercados emergentes de rolhas pet, por exemplo, dado que o mercado de rolhas metálicas utilizadas em embalagens de vidro fora decrescendo a partir da ascensão das embalagens PET e de latas.

Apesar de as empresas requerentes alegarem que a embalagem PET ganhou a preferência tanto do consumidor quanto da indústria produtora de refrigerantes, que as latas de alumínio constituem mais uma opção de envase para refrigerantes e cerveja e que as embalagens de vidro tendem a estagnação e declínio, constata-se que, de fato, a produção de vidro para embalagens de bebidas tem crescido, conforme demonstrado no Quadro XVIII, a seguir.

Quadro XVIII
Produção Brasileira de Matérias-Primas
para Embalagens de Bebidas

| Tipo de Embalagem (mil t) | 1990 | 1995 | 1996 | 1997** | 2001** |
|---------------------------|------|------|------|--------|--------|
|---------------------------|------|------|------|--------|--------|

³ Gerência Setorial de Mineração e Metalurgia. Janeiro. 1998

| | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-------|
| Polietileno Tereftalato* | 5 | 87 | 96 | 150 | 259 |
| Chapas de Alumínio | 61 | 91 | 123 | 150 | 200 |
| Folha de Flandres | 613 | 673 | 673 | 708 | 830 |
| Vidro | 747 | 939 | 833 | 892 | 1.076 |

Fonte: BNDES

*O polietileno tereftalato é matéria-prima destinada à produção de garrafas PET.

**Capacidade de produção prevista.

Ademais, é importante observar que as cervejas só podem ser envasadas em embalagens de vidro ou de lata e o acesso ao produto se dá através de duas formas: em pontos de venda a quente – mercados e supermercados – em que predominam as embalagens de latas e de vidro *one way*, e em pontos de venda a frio – bares, restaurantes e similares – com predominância das embalagens de vidro retornáveis.

VII. DAS EFICIÊNCIAS ALEGADAS

As requerentes afirmaram que não seria necessário analisar as eficiências decorrentes da operação, dado a impossibilidade de exercício unilateral do poder de mercado por parte da CROMA, uma vez que a entrada da AMBEV foi fácil e será suficiente para dificultar as condições de sobrevivência no mercado de rolhas metálicas em declínio, sendo a AMBEV, sem dúvida, um competidor potencial no mercado⁴. Ainda assim, as empresas requerentes, em atendimento ao Ofício SEAE nº 2.211, de 15/05/01, elencaram as possíveis eficiências decorrentes da operação, a seguir descritas.

Economias de Escala

De acordo com as informações prestadas pelas requerentes, a operação proporcionará as seguintes economias de escala:

- i. a eliminação dos equipamentos obsoletos proporcionará a padronização e o melhor aproveitamento da folha de flandres o que resultará em economia de tintas e vernizes e, ainda, a redução dos gastos com a manutenção dos equipamentos;
- ii. a unificação das linhas de litografia em uma única unidade resultará em economia de matéria-prima.
- iii. a redução dos níveis de ociosidade das plantas produtivas, pela contração da produção em duas unidades resultará em ganhos de escala decorrentes do uso mais intensivo das plantas;
- iv. a redução dos estoques de matéria prima; e
- v. a eliminação das vendas spots

Do Posicionamento da SEAE

Esta SEAE entende que a eliminação de equipamentos obsoletos pode ocorrer sem a existência deste Acordo, uma vez que as empresas envolvidas dispõem de capacidade ociosa elevada, conforme demonstrado no Quadro XI. Ademais, a eliminação de equipamentos obsoletos faz parte de um processo de concorrência, onde as empresas que

⁴ Segundo as requerentes, “a nova planta tem capacidade tanto para o consumo da AMBEV, como para eventual oferta no mercado”. Porém, como relatado no item V.2, em resposta ao Ofício SEAE nº 4.369, de 28/09/01, a AMBEV afirmou que o objetivo da planta, localizada em Manaus, “é atender, de forma cativa, as fábricas da AMBEV no Brasil, Argentina, Paraguai e Venezuela”.

apresentam custos maiores tendem a sair do mercado, não sendo necessário a existência de qualquer tipo de acordo.

Da mesma forma, a redução do nível de ociosidade das plantas produtivas seria uma decorrência da eliminação dos equipamentos obsoletos que, conforme destacado anteriormente, independe da operação.

Não foi justificado pelas requerentes o motivo de existir, com a operação, redução dos estoques de matéria prima e nem o motivo pelo qual a eliminação das vendas spots seria uma eficiência da operação.

Uma vez que o Acordo de Associação Comercial trata somente da comercialização e do *marketing* de rolhas metálicas, não há porque considerar a unificação do processo de litografia como uma eficiência decorrente da operação. Caso esta fosse também parte da operação deveria constar do Acordo.

Introdução de Tecnologia mais Produtiva

A CROMA poderá operar apenas com equipamentos padronizados. Não há oportunidades lucrativas de introdução de novas tecnologias devido ao declínio da demanda. Neste sentido a tecnologia utilizada no Brasil pela CROMA representa a melhor disponível no mundo.

Do Posicionamento da SEAE

A afirmação das requerentes de que “a tecnologia utilizada no Brasil pela CROMA representa a melhor disponível no mundo”, contradiz a argumentação de que existiria a “eliminação de equipamentos obsoletos”. Além disto, as requerentes afirmaram não existir eficiência neste tópico.

Externalidades Positivas

- i. a unificação e a padronização dos processos produtivos resultarão em maior eficiência no aproveitamento da matéria-prima;
- ii. a possibilidade de adoção de prática de governança corporativa proporcionará a redução dos custos fixos pela eliminação da duplicidade de ações na administração da empresa;
- iii. a unificação proporcionará maiores oportunidades de ampliação dos negócios internacionais;
- iv. a conquista de mercados estrangeiros será favorecida pela produção de bens de qualidade mediante o uso de tecnologia de ponta;
- v. a concentração das atividades da CROMA proporcionará redução do consumo de água e energia; e
- vi. a concentração das fábricas e a melhoria das operações logísticas resultarão em economia de combustíveis fósseis.

Do Posicionamento da SEAE

Não há porque acreditar que um Acordo que envolva somente a comercialização e o marketing, possa gerar eficiências na produção das rolhas metálicas (com o aumento da

produtividade e/ou redução dos custos de produção) conforme indicam os seis itens listados. Ainda que a presente operação representasse a fusão das requerentes, o que não é o caso, somente algumas das eficiências alegadas poderiam ser aceitas, caso fossem fundamentadas de forma precisa.

Externalidades Negativas

- i. eliminação de parte dos gases resultantes da queima de tintas e vernizes no processo litográfico, havendo, em decorrência, impactos ambientais favoráveis; e
- ii. diminuição do risco de demissões.

Do Posicionamento da SEAE

Apesar de não haver maiores detalhes de que forma tais externalidades seriam eliminadas, pode-se acreditar que a quantidade de gases resultantes da queima de tintas e vernizes é função somente da quantidade de rolhas metálicas produzidas, o que seria independente da operação.

Estimativa Quantitativa dos Benefícios

- i. baseados na suposição de que posteriormente à implantação da AMBEV o mercado nacional remanescente seja de cerca de 7,3 bilhões de unidades/ano, as empresas requerentes estimam que a operação resultará em economia de cerca de 5% do total anual faturado pela CROMA (o que seria, aproximadamente, R\$ 3,1 milhões).

Do Posicionamento da SEAE

A estimativa quantitativa das eficiências foi apresentada de forma genérica e simplificada, não sendo possível identificar a real participação de cada eficiência. Além disto, não há qualquer justificativa para se afirmar que as eficiências poderiam “gerar uma economia de cerca de 5% do total faturado anualmente pela CROMA”.

Imperativo frisar que eficiências relacionadas às economias de escala, às economias de custos de transação, à introdução de tecnologia mais produtiva e à eliminação de externalidades negativas são próprias de operações que envolvem aquisições, incorporações e/ou fusões de ativos. Não é este o caso da operação ora submetida à apreciação do SBDC, já que se trata de um acordo de associação comercial. De fato, a constituição da CROMA tem como escopo as áreas comercial e de marketing, objetivando o relacionamento com clientes, a negociação de contratos e a divisão do mercado de rolhas metálicas⁵.

VII. CONSIDERAÇÕES ADICIONAIS

A possibilidade de a realização desta associação, entre os concorrentes do mercado de rolhas metálicas, produzir perdas de bem-estar para a sociedade – devidas a ineficiências alocativas que superem eventuais eficiências produtivas – não pode ser descartada *a priori*. Em particular, as associações de caráter horizontal podem ser motivadas pelos objetivos de

⁵ Conforme estabelecido na Cláusula Primeira do Acordo de Associação Comercial.

inibir a ação de concorrentes, criar poder de mercado, facilitar a colusão, eliminar competidores potenciais e elevar as barreiras à entrada.

De acordo com o disposto no item 1.3 da Cláusula Primeira do Acordo de Associação Comercial, assinado pelas empresas requerentes, tem-se:

“... as partes pretendem que a CROMA, numa primeira fase (denominada Fase 1) atue preferencialmente na Área Comercial e de Marketing, tendo como atividade principal o relacionamento com clientes e a negociação de contratos e outros ajustes em nome das Partes.

A – Será realizado um levantamento com base na venda dos últimos doze meses, onde se apurará, cliente por cliente, os volumes totais de vendas de cada empresa associada.

B – Após o levantamento dos volumes de vendas, será elaborado um Mapa “Conflitos de Vendas” onde se possa visualizar cliente por cliente, onde existam dois ou mais fornecedores de rolhas metálicas, com base nisto, faremos uma divisão de vendas que terá validade perpétua, respeitando-se sempre os percentuais definidos nesta apuração, independentemente dos volumes disponíveis no mercado comprador.”

O Acordo de Associação Comercial determina, ainda, em seu item 1.6, que:

“Por ocasião do início operacional da Fase II, as partes acordam em que caso haja desistência de alguma das partes, a mesma poderá sair da CROMA com a mesma parcela qualitativa e quantitativa de clientes e mercado que a mesma trouxe para a CROMA.”

Tais cláusulas expõem o intuito de as empresas requerentes atuarem de forma concertada, possibilitando a fixação de condutas comerciais uniformes. Em outros termos, parece ser possível que o objetivo último da associação denominada CROMA seja a formação de um cartel, justificado, segundo as requerentes, “pelas próprias circunstâncias de funcionamento do setor e precipitado, decisivamente, pela ação da Ambev”, gerando, o que por elas fora denominado de *concentração de sobrevivência*⁶.

Esta Secretaria partilha o conceito de que cartéis são práticas concertadas, isto é, acordos entre concorrentes. Geralmente, são julgados como ilícitos *per se* em diversos ordenamentos jurídicos, ou seja, a prova do fato do cartel é, via de regra, suficiente para autorizar a conclusão de que se trata de conduta cujo efeito reflete-se em perdas líquidas do bem estar social. Dito de outra forma, não há como alegar “ganhos de eficiência” na formação de um cartel, tal qual o acordo ora submetido a apreciação do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

⁶ Conforme anteriormente relatado no item II.1 do presente parecer técnico.

VIII. RECOMENDAÇÃO

Esta SEAE entende que o acordo horizontal celebrado entre as empresas requerentes nada mais é do que uma prática concertada entre os concorrentes do mercado de rolhas metálicas que, em última instância, visa a divisão de mercado e a conseqüente a fixação dos preços de venda do produto, conforme pôde ser observado no item VI.1 do presente parecer.

Isto posto, esta SEAE recomenda que:

- (i) o ato, na forma apresentada, seja reprovado, uma vez que se trata de um acordo cujo efeito reflete-se em perdas líquidas do bem estar social; e
- (ii) seja instaurado um processo administrativo com o objetivo de investigar os indícios de infração aos artigos 20 e 21 da Lei nº 8.884/94, conforme demonstrado no decorrer da análise.

À apreciação superior.

ILMAR GAZÉ HOLGUIN VELEZ
Técnica

LEANDRO PINTO VILELA
Coordenador COBED

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE
Coordenadora Geral

De Acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico