



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº 06142/2003/RJ CONDU/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 26 de junho de 2003.

Referência: Ofício SDE/GAB n.º 1641/2003, de 08 de abril de 2003.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º
08012.002526/2003-58

Requerentes: The Procter e Gamble Company
e Wella Aktiengesellschaft

Operação: aquisição, pela Procter&Gamble,
de 77,6% das ações ordinárias da Wella AG.

Recomendação: aprovação sem restrições.

Versão Pública

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência - SBDC.

Não encerra, por isso, 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 do 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”.

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 **The Procter e Gamble Company e Wella Aktiengesellschaft**

1 – Das Requerentes

1.1 – The Proctor & Gamble Company

A Procter&Gamble Company, doravante denominada "Procter&Gamble", é uma empresa norte-americana, pertencente ao grupo Procter&Gamble. O grupo tem suas atividades voltadas para a indústria farmacêutica, indústria de produtos de higiene, beleza, cosméticos e perfumaria, e na indústria alimentícia, pecuária e produção animal. No Brasil, a requerente atua através de suas subsidiárias e distribuidores. A Procter & Gamble é uma companhia aberta com ações negociadas na Bolsa de Valores de Nova Iorque e, segundo informações prestada pela Requerente, não há acionistas cuja a participação exceda 5% do capital social.

O grupo está representado no país e no Mercosul por meio das seguintes empresas:

No Brasil:

- Procter&Gamble do Brasil S.A.;
- Procter&Gamble Industrial e Comercial Ltda.;
- Procter&Gamble Química Ltda.;
- Procter&Gamble Higiene e Cosméticos Ltda.;
- Tambrands Inc. do Brasil;
- Tambrands Indústria e Comércio Ltda. (inoperante);
- P&G Consultoria e Serviços Ltda.;
- Procter&Gamble do Nordeste S.A. (em liquidação);
- P&G do Brasil Comercial Ltda.;
- Iams do Brasil Comercial, Exportadora e Importadora Ltda.; e
- Richardson-Vick do Brasil Química e Farmacêutica S.A. (em liquidação).

No Mercosul:

- Procter&Gamble Interamericas LLC, Sucursal Argentina;
- Procter&Gamble Argentina S.A.(ex-Topsy S.A.);
- P&G Holding Company S.R.L.;
- P&G Servicios S.A.;
- P&G Inversiones S.A.;
- Productos Sanitarios S.A.;
- Alejandro Liauró e Hijos S.A.I.Y.C.;
- Companhia Química S.A.; e
- Iams Argentina S.A.

As aquisições, fusões, associações (joint ventures) e constituições conjuntas de novas empresas efetuadas pelo grupo no país, nos últimos 3 anos, foram:

- Aquisição pela The Procter & Gamble Company da Clairol Incorporated, em 20 de maio de 2001 (Ato de Concentração n.º 08012.003694/2001-7); e
- Venda de ativos da Procter & Gamble do Brasil & Cia. E marcas da P&G Clairol Inc. para metalúrgica Cabomat S.A., Nasha International Cosméticos Ltda. e Bell Master Logística Ltda. em 14 de junho de 2002 (Ato de Concentração n.º 08012.004563/2002-10).

1.2 – Wella Aktiengesellschaft.

A Wella Aktiengesellschaft, doravante denominada "Wella AG", é uma empresa alemã, pertencente ao grupo Wella. O grupo tem suas atividades voltadas para a indústria farmacêutica, indústria de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumaria. No Brasil, a Requerente atua através de suas subsidiárias e distribuidores.

A estrutura do capital social da Wella AG pode ser visualizada na tabela abaixo:

Tabela I – Estrutura do Capital Social da Wella AG.

Acionistas	Participação nas Ações Ordinárias	Participação nas Ações Preferenciais
Total das Ações das Famílias Controladoras	77,6%	-
Ações em Posse da Companhia	1,3%	3,8%
Ações em Negociação na Bolsa	21,1%	96,2%
Total	100,0%	100,0%

Fonte: Requerentes

O grupo está representado no país e no Mercosul por meio das seguintes empresas:

No Brasil:

- Belcosa Distribuidora de Cosméticos Ltda.;
- Dicosma Distribuidora de Cosméticos Ltda.;
- Cosmonor Distribuidora Cosméticos Ltda.;
- Sulcosma Distribuidora Cosméticos Ltda.;
- Marcosma Distribuidora Cosméticos Ltda.;
- Clívia Distribuidora Cosméticos Ltda.;
- Finco do Brasil Formento Comercial Ltda; e
- Finpar – Finco do Brasil Participações Ltda.

No Mercosul:

- Ondabel S.A.;
- Finusa S.A.;
- Cosmopoliten Cosmetics S.A.;
- Sigma Cosmética International S.A.; e
- Wella Paraguay S.A.

Segundo informações prestadas pela Requerente, o grupo Wella não realizou nenhuma operação dessa natureza nos últimos 3 anos no Brasil e no Mercosul.

2 – Da Operação

Trata-se de pretendida aquisição, pela Procter&Gamble, das ações dos principais acionistas do Grupo Wella, em âmbito mundial, representando 77,6% das ações ordinárias da empresa holding Wella AG.

Em 17 de março de 2003 foi firmado o “*Kauf und Übertragungsvertrag über Aktien und GMBH-Geschäftsanteile Sowie Gesselschfterbeschlüsse*” (Contrato de Compra e Transferências de Ações e Quotas de Participação em Sociedade Limitada, com como deliberações dos Sócios) documento preliminar firmado entre as partes, sujeito ainda a implementação de condições suspensivas para o fechamento da operação e transferência das ações.

Tabela II – Estrutura do Capital Social da Wella AG Depois da Operação.

Acionistas	Participação nas Ações Ordinárias	Participação nas Ações Preferenciais
Procter & Gamble	77,6%	-
Ações em Posse da Companhia	1,3%	3,8%
Ações em Negociação na Bolsa	21,1%	96,2%
Total	100,0%	100,0%

Fonte: Requerentes

3 – Definição do Mercado Relevante

3.1 – Dimensão Produto

O Quadro I apresenta a relação de produtos ofertados pelas requerentes no mercado nacional.

Quadro I – Produtos Ofertados no Brasil

Produtos	Grupo Procter&Gamble	Grupo Wella
Produtos de limpeza (sabão em pó, removedor e etc.)	X	
Produtos para saúde (medicamentos)	X	
Fraldas	X	
Absorventes	X	
Creme dental	X	
Produtos para cabelos:		
• Shampoo	X	X
• Pós-Shampoo (condicionador)	X	X
• Produtos 2 em 1	X	X
• Tinturas		X
• Gel		X
• Mousses		X
• Outros produtos para cabelos		X
Produtos de beleza (cosméticos)	X	
Alimentos	X	
Ração para animais domésticos	X	

Fonte: Requerentes.

Conforme demonstrado no quadro I, existe sobreposição horizontal nos produtos para cabelos, tais como: shampoo, pós-shampoo e produtos 2 em 1 produzido e comercializado pelas requerentes.

Shampoos são utilizados para a lavagem dos cabelos. Já os pós-shampoos são utilizados para dar-lhes maciez e tornar-lhes mais sedosos e os Produtos 2 em 1 (shampoo + pós-shampoo) combinam utilidades tanto dos shampoos quanto dos pós-shampoos. De acordo com as características dos produtos acima foi verificado que os shampoos e os pós-shampoos não são considerados substitutos entre si pelo lado da demanda. Porém, os chamados produtos “2 em 1” podem ser considerados

substitutos para ambos, uma vez que este produto agrega as características dos shampoos e pós-shampoos.

Pelo lado da oferta, deve-se considerar duas possibilidades: a substituição entre as linhas produtivas dos shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1 com as linhas de produção dos demais produtos ofertados pelas Requerentes; e a substituição entre as linhas de produção dos shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1.

Quanto a substituição das linhas de produção dos shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1, com os demais produtos ofertados pelas requerentes, deve-se considerar dois aspectos: o legal; e o produtivo.

O primeiro é representado pela Lei n.º 6.360¹, de 23 de setembro de 1976, que em seu Art. 50 inciso I estabelece que:

“1 – quando um só estabelecimento industrializar ou comercializar **produtos de natureza ou finalidades diferentes, será obrigada a existência de instalações separadas** para a fabricação e o acondicionamento dos materiais, substâncias e produtos acabados”.

Dessa forma, produtos considerados como produtos de higiene (os shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1²) não podem compartilhar a sua linha de produção com produtos de natureza distinta (cosméticos, produtos de limpeza, tintas para cabelo, etc.). Esta medida tenta prevenir a contaminação dos produtos de higiene, uma vez que existem determinados materiais que podem inviabilizar a limpeza e o saneamento do equipamento utilizado na produção.

Deve-se ressaltar ainda que, no lado produtivo, os equipamentos utilizados para a produção dos shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1 são distintos dos utilizados na produção dos demais produtos, inviabilizando a substituição da produção.

Quanto a substituição, pelo lado da oferta, entre os shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1, os equipamentos utilizados para a produção destes produtos são praticamente os mesmos. Dessa forma, podem ser, e são, utilizados indistintamente para a produção de qualquer um desses produtos, com certa facilidade³.

Dessa forma, concluímos que existe substituição pelo lado da oferta entre as linhas de produção de shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1. Assim, o mercado relevante, na dimensão produto, considerado foi de shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1 conjuntamente.

¹ Esta Lei foi alterada pela Lei n.º 9.787, de 10 de fevereiro de 1999, porém, o inciso em questão não sofreu alteração.

² Conforme a resolução RDC n.º 79, de 28 de agosto de 2000, estes produtos são classificados como produtos de higiene (categoria 1) podendo ser caracterizados como produtos com risco mínimo e produtos com risco potencial.

³ Neste caso, não há restrição quanto à natureza do produto, uma vez que todos são classificados como produtos de higiene.

3.2 – Dimensão Geográfica

O mercado brasileiro de produtos para cabelo é composto por várias empresas. As importações independentes sobre o consumo aparente, segundo as Requerentes, representam um percentual reduzido (1,1%)⁴. Este dado é corroborado pela informação apresentada no quadro abaixo⁵.

Quadro II - Participação das Importações no Total do Mercado Brasileiro

Ano	1998	1999	2000	2001	2002
Participação das importações no total de mercado	0,8%	0,9%	0,4%	0,4%	0,3%

Fonte: Relatório Siscomex.

Baseado nas informações do quadro acima, pode-se observar que as participações das importações no mercado nacional são marginais, sendo inferiores a 1%. Isso porque os custos de importação, a elevada alíquota de importação (19,5%) e as diferenças cambiais limitam as possibilidades de o produto importado chegar ao Brasil a preços competitivos⁶. Também é importante ressaltar que o Brasil, nos últimos 5 anos, foi um exportador líquido desses produtos, conforme demonstrado no quadro abaixo.

**Quadro III – Histórico das Importações e Exportações Brasileiras – 1998 a 2002
(em US\$ mil FOB)**

Ano	1998	1999	2000	2001	2002
Importações	6.863	5.856	2.852	2.278	1.757
Exportações	9.121	6.410	3.876	9.275	13.357

Fonte: Sistema Alice.

Dessa forma, o mercado de shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1 não deve ser considerado como mundial.

Quanto à dimensão nacional, tanto as Requerentes quanto as concorrentes informaram que distribuem os produtos em todo o território nacional e que não há nenhuma limitação à comercialização ou distribuição do produto. Segundo informação prestada pela Colgate-Palmolive, em média, o custo de frete pode atingir até 5% do valor líquido do produto, representando um percentual relativamente baixo. Sendo assim, a dimensão geográfica do mercado relevante dos produtos em análise foi considerada como sendo nacional.

4 - Possibilidade de Exercício de Poder de Mercado

Dado que estes produtos apresentam substitutibilidade pelo lado da oferta, deve-se considerar a participação conjunta no mercado nacional de shampoos, pós-shampoos

⁴ No ano de 2001.

⁵ Informação prestada pela concorrente.

⁶ Ressalta-se que as concorrentes confirmaram que, em geral, que os produtos importados não conseguem chegar ao mercado brasileiro com preços competitivos.

e produtos 2 em 1, conforme quadro abaixo, representada pela média aritmética ponderada das parcelas individuais⁷.

Quadro IV - Participação das Requerentes e Concorrentes no Mercado Nacional de Shampoos, Pós-Shampoos e Produtos 2 em 1*

Empresas	Participação (%)	
	Faturamento	Volume (litros)
Unilever.	34,73%	32,98%
Loreal	9,19%	5,45%
Coper	3,01%	3,64%
Colgate-Palmolive	8,87%	11,07%
Layff	1,61%	3,43%
Bozano / Revlon	4,38%	6,67%
Procter&Gamble	3,88%	1,79%
Garnier	3,36%	6,27%
Wella	2,36%	1,72%
Johnson & Johnson	4,00%	1,79%
Outros	24,62%	25,19%
Total	100,00%	100,00%

Fonte: Requerentes/concorrentes.

Conforme apresentado no quadro IV, a presente operação gerará uma concentração no mercado nacional de shampoos, pós-shampoos e produtos 2 em 1 bem inferior a 10%.

A título de ilustração, será apresentada a seguir as estimativas das participações das Requerentes e concorrentes nos mercados de shampoos, de pós-shampoos e de produtos 2 em 1, conforme os quadros abaixo.

Quadro V – Participação das Requerentes e Concorrentes no Mercado Nacional de Shampoos

Empresas	Participação	
	Faturamento	Volume (litros)
Unilever.	34,00%	35,70%
Colgate-Palmolive	10,10%	13,80%
Loreal	9,60%	6,90%
Johnson & Johnson	6,70%	3,20%
Bozano / Revlon	4,60%	7,70%
Procter&Gamble	3,90%	1,90%
Garnier	3,40%	6,30%
Wella	2,40%	2,00%
Outros	25,30%	22,50%
Total	100,00%	100,00%

Fonte: Requerentes/concorrentes

⁷ As ponderações utilizadas para o faturamento foram: 0,5966 para o mercado de shampoos; 0,358 para pós-shampoos; e 0,0453 para produtos 2 em 1. As ponderação utilizadas no volume total foram: 0,5598 para shampoos; 0,4089 para pós-shampoos; e 0,0313 para produtos 2 em 1. Estes ponderações foram calculadas no peso que cada um dos mercados têm no total dos três mercados.

Quadro VI – Participação das Requerentes e Concorrentes no Mercado Nacional de Pós-Shampoos

Empresas	Participação	
	Faturamento	Volume (litros)
Unilever.	35,00%	28,90%
Loreal	8,90%	3,40%
Coper	8,40%	8,90%
Colgate-Palmolive	6,10%	6,40%
Layff	4,50%	8,40%
Bozano / Revlon	4,40%	5,50%
Procter&Gamble	1,00%	0,40%
Garnier	3,40%	6,30%
Wella	2,10%	1,20%
Outros	26,20%	30,60%
Total	100,00%	100,00%

Fonte: Requerentes/concorrentes

Quadro VII - Participação das Requerentes e Concorrentes no Mercado Nacional de Produtos 2 em 1

Empresas	Participação	
	Faturamento	Volume (litros)
Unilever.	42,10%	37,50%
Procter&Gamble	26,30%	17,80%
Colgate -Palmolive	14,50%	23,20%
Loreal	6,10%	6,40%
Wella	3,90%	3,60%
Garnier	2,60%	5,30%
Bozano / Revlon	1,30%	3,60%
Outros	3,20%	2,60%
Total	100,00%	100,00%

Fonte: Requerentes/concorrentes

Com base nos quadros acima, observam-se após a operação, parcelas de mercado inferiores a 10%, para os produtos shampoos e pós-shampoos. Já no mercado nacional de produtos 2 em 1 a parcela de mercado será superior a 20%, porém, a variação pode ser caracterizada pela ausência denexo causal. Pelo exposto, conclui-se não haver necessidade de passar para as etapas seguintes desta análise.

5 – Recomendação

Como a operação em análise não gera integração vertical e a concentração horizontal não acarreta efeitos anticompetitivos, conclui-se, do ponto de vista estritamente econômico, pela sua aprovação sem restrição.

À apreciação superior.

FLAVIO BORGES BARROS
Técnico

THOMPSON DA GAMA MORET SANTOS
Coordenador da CONDU

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