



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

Parecer nº 06226/2003/RJ      COCON/COGPI/SEAE/MF

Em 07 de outubro de 2003.

**Referência:** Ofício SDE/GAB nº 4562/2002, de 8 de outubro de 2002.

**Assunto:** ATO DE CONCENTRAÇÃO n.º  
**08012.007176/2002-35**

**Requerentes:** S.C.Johnson & Son. Inc. e  
Bayer AG

**Operação:** aquisição, pela S.C. Johnson &  
Son, Inc., dos ativos do negócio de  
inseticidas, repelentes e limpadores multiuso  
domésticos da Bayer 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 **S.C.Johnson & Son. Inc. e Bayer AG**

## **I – Das Requerentes**

### **I.1 – S.C. Johnson & Son, Inc.**

A S.C. Johnson & Son, Inc., doravante denominada “S.C. Johnson”, é uma companhia de capital aberto constituída de acordo com as leis dos Estados Unidos da América. A S.C. Johnson produz e comercializa produtos de higiene e limpeza.

Confidencial.

O Grupo S.C. Johnson, diretamente ou através de suas integrantes, possui participações acionárias nas seguintes empresas:

### **No Brasil**

- Ceras Johnson Ltda.
- Johnson Professional Ltda.
- Johnson Wax Professional Ltda.
- Diversey Lever Brasil Ltda.

A Ceras Johnson Ltda. vende as seguintes categorias de produtos: produtos automotivos, ceras para piso, lustradores de móvel, inseticidas e repelentes, produtos de limpeza para banheiro, renovadores de ar, produtos de armazenagem doméstica e produtos de lavanderia.

Cabe observar que a Ceras Johnson importa seus inseticidas do segmento de aerossóis da Argentina e os distribui no Brasil. Os demais inseticidas comercializados pela empresa são produzidos no Brasil.

A Johnson Professional Ltda., Johnson Wax Professional Ltda. e Diversey Lever Brasil Ltda. comercializam para clientes institucionais as seguintes categorias de produtos: automotivos, sabões para as mãos, ceras para piso, desinfetantes de hospitais, produtos de limpeza, produtos de lavanderia, lustradores de móvel, inseticidas e renovadores de ar.

### **No Mercosul**

- S.C. Johnson & Son de Paraguay S.R.L.
- S.C. Johnson & Son de Uruguay S.R.L.
- S.C. Johnson & Son de Argentina S.A.I.C.

A S.C. Johnson & Son de Paraguay S.R.L. atua nas seguintes áreas: renovadores de ar, desinfetantes, produtos de toucador, produtos especializados de limpeza, produtos para móveis, removedores e ceras para piso, inseticidas, repelentes, sacos para freezer, embrulhos para alimentos, produtos para tecidos e produtos automotivos.

A S.C. Johnson & Son de Uruguay S.R.L. comercializa os seguintes produtos: renovadores de ar, desinfetantes, produtos de toucador, produtos especializados de limpeza, bolor e mofo, limpadores de vidro, produtos de limpeza especializados e multiuso, produtos para móveis, produtos para pisos, incluindo ceras e removedores, inseticidas, repelentes, sacos para freezer, sacos para sanduíches, sacos de lixo, embrulhos e vasilhames para alimentos, produtos para tecidos e produtos automotivos.

A S.C. Johnson & Son de Argentina S.A.I.C. comercializa os seguintes produtos: renovadores de ar, desinfetantes, produtos de toucador, removedores de bolor e mofo, limpadores de vidro, removedores de poeira, produtos para móveis, produtos para piso, incluindo ceras e removedores, inseticidas, repelentes, sacos de freezer, sacos para sanduíches, vasilhames e sacos para armazenagem de alimentos e embrulhos para armazenagem de alimentos.

Confidencial.

Nos últimos três anos, o Grupo S.C. Johnson participou apenas do Ato de Concentração nº 08012.007665/2001-14, apresentado em 2001, referente à aquisição da divisão Diversey Lever da Unilever N.V. A operação encontra-se em análise no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência - SBDC.

## **I.2 – Bayer AG**

A Bayer AG., doravante denominada “Bayer”, é um grupo com sede em Leverkusen, Alemanha.

A Allianz AG é o principal acionista da Bayer, com 5,7% do seu capital. O restante do capital é diluído no mercado entre investidores institucionais, pessoas físicas e empregados da Bayer, sendo que nenhum deles detém mais do que 5% de participação.

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

### **No Brasil**

- Bayer S.A.
  - produz, distribui, exporta e importa produtos químicos, polímeros, plásticos, pigmentos, produtos saneadores e inseticidas, produtos para saúde animal, vacinas, produtos farmacêuticos e cosméticos, equipamentos para indústria e diagnóstico da saúde, incineração de resíduos, assistência técnica para a indústria médica, farmacêutica e química.
- Hidrax Ltda.
  - fabrica, importa, exporta e comercializa produtos químicos, farmacêuticos, de papel, artigos de escritório, resinas, corantes e pigmentos.
- Coitezeiro Mineração S.A. - COMISA
  - faz extração de minérios de metais não ferrosos.
- Mineração Cromina Ltda.
  - atua na exploração, aproveitamento de jazidas minerais, prospecção, pesquisa e lavra de depósitos minerais, compra, venda, exportação e importação de minérios.
- Farmaco Ltda.
  - produz e comercializa produtos farmacêuticos.
- Baydiag Ltda.
  - importa, exporta, comercializa, distribui e presta serviços de assistência técnica para equipamentos médicos e de diagnóstico e produtos relacionados.
- BT Resíduos Participações S.A.

- presta serviços de incineração de resíduos sólidos, líquidos e pastosos, disposição de resíduos em aterros industriais, tratamento de efluentes e de análises laboratoriais relativas ao meio ambiente.
- TRIBEL - Tratamento de Resíduos Industriais de Belford Roxo S/A
  - presta serviços de incineração de resíduos sólidos, líquidos e pastosos, disposição de resíduos sólidos em aterro industrial, tratamento de efluentes e de análises laboratoriais relativas ao meio ambiente.
- Bayer Cropscience Ltda.
  - produz e comercializa produtos fitossanitários (herbicidas, inseticidas, repelentes, etc).
- Mineração Comisa Ltda.
  - atua na área de pesquisa, exploração e extração de minérios de metais não ferrosos.
- Haarmann & Reimer Ltda.
  - fabrica produtos químicos para a indústria de cosméticos, higiene pessoal, perfumaria, fumo e resinas, fragrâncias e aromatizantes.
- Bayer Seeds Brasil Ltda.
  - produz, comercializa, exporta e importa sementes.

## **No Mercosul**

### **Argentina:**

- Bayer S.A.
  - produz e vende produtos farmacêuticos, para saúde animal e para diagnóstico.
- Farmanet S.A.
  - atua no setor farmacêutico.
- Haarmann & Reimer S.A.
  - produz produtos químicos para a indústria de higiene pessoal, perfumaria, fumo e resinas, fragrâncias e aromatizantes.

### **Paraguai:**

- Bayer S.A.
  - produz e vende produtos farmacêuticos e químicos.

### **Uruguai:**

- Bayer S.A.
  - produz e vende produtos farmacêuticos e para saúde animal, produtos para diagnóstico e produtos fitossanitários (herbicidas, inseticidas, etc).
- Bayer Químicas Unidas Ltda.

- atua no setor químico.

Confidencial.

**Nos últimos três anos, o Grupo Bayer participou dos seguintes Atos de Concentração:**

- Em 29 de julho de 1999, celebrou um contrato de fabricação com a Inbra Indústrias Químicas Ltda., por meio do qual ficou estabelecido que esta última produziria "Azo Dicarbonamida (ADC)" para a Bayer. A operação foi aprovada pelo CADE sem quaisquer restrições.
- Em 16 de novembro de 1999, a Bayer AG, Bayer Corporation e Lyondell Chemical Company, celebraram um contrato por meio do qual as partes acordaram que (i) a Bayer adquiriria os negócios mundiais da Lyondell relacionados ao poliéster polioliol, inclusive as fábricas de polioliol de titularidade da Lyondell e as tecnologias relacionadas ao polioliol e (ii) seria constituída *joint venture* nos Estados Unidos, que seria operacionalizada pela Lyondell, para fins de incremento da produção de óxido de propileno e desenvolvimento de tecnologia, cabendo à Bayer uma parcela do óxido de propileno produzido.
- Em 17 de dezembro de 1999, adquiriu a participação minoritária detida pela METACRIL no capital social da Bayer Polímeros S.A. Esta participação equivalia a 33,33%. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 15 de setembro de 2000, formalizou um contrato de fornecimento sob encomenda, por meio do qual a BAYER passaria a produzir e fornecer à COOPERS a vacina contra febre aftosa registrada pela COOPERS junto ao Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sob a marca OLEOVAC~SH. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 15 de setembro de 2000, celebrou um contrato de fornecimento sob encomenda, por meio do qual a BAYER passará a produzir e fornecer à COOPERS diversos produtos veterinários. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 7 de setembro de 2000, adquiriu todos os ativos referentes ao produto FLINT da Novartis. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 1 de novembro 2000, adquiriu ativos tangíveis e intangíveis relacionados aos negócios de produtos químicos para indústria de papel e celulose da CYTEC e da TEC. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 19 de julho de 2001, alienou o negócio de MBS, para a Nitriflex. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 31 de julho de 2001, alienou a TRIBEL - Tratamento de Resíduos Industriais de Belford Roxo S/A, empresa que assumiu a divisão ambiental da BAYER, em favor da TREDI. A operação encontra-se sob análise do SBDC .
- Em 2 de outubro de 2001, aquisição pela Bayer AG, em 2 de outubro de 2001, de todos os ativos das empresas Aventis Agriculture, Hoechst Aktiengesellschaft,

Schering AG e SCIC Holding LLC. A operação encontra-se atualmente sob análise do SBDC (AC 08012.006641101-30).

- Em 1 de fevereiro de 2002, união da Bayer AG, Hoechst AG e Basf AG na área de corantes têxteis. A operação foi aprovada pelo SBDC.
- Em 19 de fevereiro de 2002, Aventis S.A. e Bayer AG assinaram uma Carta de Intenções não vinculativa, para uma potencial junção de seus respectivos negócios de plasma sanguíneo. A operação encontra-se atualmente sob a análise do SBDC (AC 08012.001612102-62).
- Em 09 de julho de 2002, adquiriu a totalidade das ações da Haarmann & Reimer GmbH, tendo como requerentes a Dragoco Gerberding & Co AG e ISIS Vermögensverwaltung GmbH. A operação encontra-se atualmente sob a análise do SBDC (AC nº 08012.005208/2002-68).
- Em 23 de julho de 2002, nos termos do Acordo de fusão, adquiriu as ações da empresa Visible Genetics Inc. A operação encontra-se atualmente sob análise do SBDC (AC nº 08012.00558512002-05).

## II – Da Operação

Trata-se da aquisição, pela S.C. Johnson Son, Inc., dos ativos do negócio de inseticidas/repelentes e de limpadores multiuso (Negócio Flora), ambos de uso doméstico, da Bayer AG. Foram adquiridos os seguintes ativos:

- cinco estabelecimentos industriais em El Salvador, Indonésia e Venezuela;
- os direitos mundiais da Baygon, Autan e outras marcas registradas (Mafu, Mosfly, Oko, Tugon, Bayvap, Bayfresh, Bayclin e Bayfresh); e
- propriedade intelectual e patentes dos produtos (excluindo as patentes de ingredientes ativos).

Cumprе ressaltar que os ingredientes ativos para a produção de inseticidas não fazem parte da operação. Com relação especificamente aos produtos Baygon e Autan, os ingredientes ativos serão vendidos pela Bayer para a S.C. Johnson através de um contrato de fornecimento não exclusivo, visto que, para estes casos, a operação não contempla a venda do segredo industrial.

De acordo com *Master Agreement*, foram vendidos todos os ativos, contratos, imóveis, direitos de propriedade intelectual e participações societárias relativas ao Negócio Flora em todas as jurisdições nas quais a Bayer operava esse negócio, à exceção dos ingredientes ativos, que permaneceram de titularidade da Bayer.

Nesse sentido, para cada jurisdição envolvida na operação, foram celebrados alguns contratos necessários para viabilizar a operação em nível local (“Contratos Locais”).

Confidencial.

Além de submetida ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, essa operação também foi submetida às autoridades antitruste dos seguintes países: África do Sul, Alemanha, Austrália, Bulgária, Colômbia, Espanha, França, Grécia, Inglaterra, Portugal, Taiwan, Turquia e Venezuela, sendo aprovada em todos esses países citados. No México, ainda não foi concluído o julgamento.

### III – Da Definição do Mercado Relevante

#### III.1 – Dimensão Produto

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

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

**Quadro I**

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

<b>Produtos</b>	<b>Empresas</b>	<b>S.C JOHNSON</b>	<b>BAYER</b>
<b>Produtos de Limpeza</b>			
Bay Clin (limpeza geral/multiuso)			X
Pato Purific (limpeza especializada de banheiros)		X	
<b>Inseticidas</b>			
• Insetos voadores			
▪ Ação instantânea		X	X
▪ Ação contínua		X	X
• Insetos rasteiros			
▪ Ação instantânea		X	X
▪ Ação contínua		X	X
• Mata tudo			
▪ Ação instantânea		X	X
▪ Líquidos			X
<b>Repelentes para uso pessoal</b>		X	X

Fonte: Requerentes.

No que diz respeito aos produtos de limpeza Bay Clin e Pato Purific, cabe esclarecer que o primeiro é um produto de limpeza geral/multiuso, enquanto o Pato Purific é indicado para limpeza especializada de banheiros. Esses produtos são específicos para uso doméstico.

Cabe observar que está em análise, nesta SEAE, o Ato de Concentração n.º 08012.007665/01-14, de interesse das empresas Unilever Brasil Ltda. e Johnson Wax Professional Ltda. (empresa do Grupo S.C. Johnson). Nesse processo estão sendo analisados produtos de limpeza destinados ao mercado institucional.

Segundo as requerentes, existem no mercado muitas empresas com capacitação técnica para prestar serviços de manufatura contratada para produtos de limpeza. Neste caso, o prazo para início da comercialização seria de 1 a 2 meses, após aprovação da ANVISA. Todos os componentes da fórmula e o material de embalagem podem ser comprados com facilidade no mercado local. As requerentes ressaltaram, ainda, que as empresas que comercializam estes tipos de produto (multiuso e/ou especializados) podem terceirizar a produção (a exemplo da Clorox, com a linha do X-14, a Bombril e a empresa Reckitt-Benkiser, que já produziu o VEJA utilizando-se de terceiros). Assim, até mesmo para um novo produtor, o prazo e o custo para entrada no mercado seriam reduzidos, depois de obtida a aprovação na ANVISA e, conforme critérios estabelecidos no Guia de Análise de Atos de Concentração desta SEAE, enquadrar-se-iam como produtos substitutos pelo lado da oferta.

As requerentes esclareceram, ainda, que para uma empresa que já produz e comercializa produtos de limpeza, não existem investimentos adicionais para distribuição física dos produtos. Seriam necessários apenas investimentos em marca e para lançamento do produto.

Segundo as requerentes o investimento mínimo para uma empresa que decida ter produção própria seria de aproximadamente R\$ 50.000,00.

Assim, percebe-se uma elevada substitutibilidade pelo lado da oferta entre a linha de limpeza geral/multiuso e limpeza especializada para banheiros. No entanto, observa-se que os dois produtos, em tela, possuem funções diferenciadas, não sendo substituíveis pela demanda.

Assim, conclui-se que esses produtos de limpeza doméstica, Bay Clin e Pato Purific, podem ser considerados concorrentes, sendo analisados, portanto, como parte do mesmo mercado.

Vale ressaltar que encontra-se em análise nesta SEAE o Ato de Concentração nº 0812.004224/2003-14, de interesse da empresas Reckitt Benckiser (Brasil) Ltda. e Clorox do Brasil Ltda., onde o mercado relevante a ser analisado deverá ser o mesmo ora estudado. Até o momento, as informações enviadas pelas requerentes daquele ato são coerentes com as dessa operação. Cabe observar que esta opção de definição do mercado do produto corresponde à hipótese mais conservadora para análise da presente operação.

Nos segmentos de inseticidas e de repelentes observa-se, no Quadro I, que existe sobreposição entre as empresas envolvidas na operação.

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, aerossóis, repelentes elétricos, iscas e líquidos. Os inseticidas de ação instantânea são comercializados sob a forma de aerossóis 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

imobilizam. 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 requerentes 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 requerentes indicaram que existe total flexibilidade da oferta entre os processos produtivos dos três tipos de aerossóis - 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 aerossol 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 requerentes, 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 requerentes, 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 requerente 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 contínua. Esses produtos são empregados para repelir/eliminar insetos rasteiros, tais como baratas, etc.

Quanto ao mercado de inseticidas “mata tudo” de ação contínua comercializado sob a forma de líquido, observa-se apenas uma substituição de *players*, tendo em vista que a S.C. Johnson não atuava neste segmento.

Os repelentes de uso pessoal são produtos utilizados para repelir mosquitos, pernilongos, e outros insetos por um determinado período. São considerados pela legislação e pelo órgão regulador como produtos cosméticos que necessitam de instalações próprias para a sua produção, no intuito de evitar a ocorrência de contaminação.

Segundo as requerentes, o processo produtivo dos inseticidas não tem semelhança relevante com a produção de repelentes para uso pessoal. Entretanto, para todos os tipos de inseticidas as requerentes 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, cinco 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).
- Repelentes para uso pessoal.
- Limpadores para uso doméstico.

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

No que diz respeito a uma possível integração vertical, cabe observar que, antes da operação, a Bayer produzia seus próprios ingredientes ativos, utilizados, predominantemente, para consumo próprio. Já a S.C. Johnson adquiria esses insumos no mercado. Em decorrência da operação, a SCJ passará a adquirir ingredientes ativos também da Bayer que irá suprir a S.C. Johnson de ingredientes ativos, de forma não exclusiva. Ocorrerá, portanto, uma desverticalização - dado que a Bayer deixará de comercializar os produtos objeto da operação.

### **III.2 – Dimensão Geográfica**

Segundo as requerentes, não é possível estimar com precisão o volume de importações independentes de inseticidas e repelentes 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% para inseticidas e 8% para repelentes.

Alguns ofertantes importam esses produtos para comercialização no país, como por exemplo, aerosóis, iscas para baratas e repelentes elétricos. Segundo as requerentes, 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.

Cabe observar que o segmento de limpadores domésticos também oferece um serviço de atendimento ao cliente e os mesmos também necessitam de uma certificação da ANVISA.

Assim, a dimensão geográfica do mercado de inseticidas, de repelentes de uso pessoal e de limpadores domésticos é nacional.

#### **IV- Da Possibilidade de Exercício de Poder de Mercado**

##### **IV.1- Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes**

###### **IV.1.1- Mercado de Limpadores Domésticos**

Os principais concorrentes das duas empresas envolvidas na operação no segmento de limpadores domésticos, estão apresentados no Quadro II:

#### **Quadro II**

##### **Estrutura da Oferta de Limpadores Domésticos no Mercado Nacional no Período de jun - 2001 a jul - 2002**

<b>Empresas</b>	<b>Participação (%)</b>
Reckitt Benckiser	24,6
Colgate	10,5
<b>SC Johnson</b>	9,1
Bombril	6,7
Clorox	3,5
Unilever	2,3
<b>Bayer</b>	0,3
Outros	43,0
Total	100,0

Fonte: AC Nielsen.

Pelo Quadro II, verifica-se que a concentração decorrente da operação é de 9,4%, considerando-se as participações de 9,1% da SC Johnson e de 0,3% da Bayer.

###### **IV.1.2 – Cálculo do C4**

No que diz respeito à possibilidade de exercício coordenado de poder de mercado, tem-se que o somatório das participações das quatro maiores empresas (C4) passou de 50,9% para 51,2%.

Assim, considerando-se a concentração decorrente da operação no segmento de limpadores domésticos, tem-se, segundo os critérios do Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração desta SEAE, que a probabilidade de exercício de poder de mercado é praticamente nula.

#### IV.1.2- Mercado de Inseticidas Domésticos e de Repelentes para Uso Pessoal

Os principais concorrentes das empresas envolvidas na operação nos segmentos de inseticidas e repelentes para uso pessoal estão indicados no Quadro III. 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 III

##### Estrutura da Oferta no Mercado Nacional de Inseticidas Domésticos e de Repelentes para uso Pessoal no Período de Jun/Jul 2002 até Abr/Mai 2003

Categoria	Inseticidas			Repelentes
	Ação	Instantânea	Contínua	
Inseto	Todos Insetos	Voadores	Rasteiros	Uso Pessoal
Apresentação	<b>Aerosol</b>	<b>Aparelho Elétrico</b>	<b>Isca</b>	---
Empresas	Participações (%) <sup>(1)</sup>			
<b>SCJ</b>	<b>28,2</b>	<b>38,6</b>	<b>25,6</b>	<b>33,2</b>
<b>Bayer</b>	<b>16,4</b>	<b>12,2</b>	<b>10,9</b>	<b>22,5</b>
<b>Subtotal</b>	<b>44,6</b>	<b>50,8</b>	<b>36,5</b>	<b>55,7</b>
Clorox	26,7	11,7	14,8	--
Reckitt	22,3	13,1	20,3	41,4
Sul Química	1,5	19,7	9,9	<sup>(2)</sup>
J&Johnson	--	--	--	2,5
Outros	4,9	4,7	18,5	0,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Requerentes – ACNielsen.

<sup>(1)</sup> Inseticidas de ação contínua para insetos voadores – *share* em valor. Os demais em unidades.

<sup>(2)</sup> A empresa entrou no mercado em 2003.

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

#### Quadro IV

##### Marcas Categorizadas por Mercado Relevante Analisado

Apresentação	Aerosol	Aparelho Elétrico	Isca	Repelente de uso pessoal
Empresas	Marcas			
<b>SCJ</b>	Raid	Raid	Raid	OFF
<b>Bayer</b>	Baygon, Mafu e Tugon	Baygon	Baygon	Autan
Clorox	SBP	SBP	Matox	--
Reckitt	Rodosol e Detefon	Rodosol	Rodosol	Repelex
Sul Química	Matinset	Boa Noite e Matinset	Matinset	--

J&Johnson	--	--	--	Johnson's Baby
-----------	----	----	----	----------------

Fonte: Requerentes.

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

**Quadro V**  
**Concentrações Decorrentes da Operação**

Categoria	Inseticidas			Repelentes Uso Pessoal
	Ação	Instantânea Todos Insetos	Contínua Voadores	
Apresentação	Aerosol	Aparelho Elétrico	Isca	---
<b>Concentração</b>	44,6	50,8	36,5	55,7
<b>C4 (%)</b>	93,6 => 95,1	75,6 => 95,3	71,6 => 81,5	c4 => c3 99,6

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) e repelentes de uso pessoal 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 e de repelentes para uso pessoal.

#### 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, 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 aerossóis, 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 aerossol, 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, o mesmo acontecendo com os repelentes para uso pessoal, que não são considerados inseticidas, fazendo parte da indústria farmacêutica.

### **Inseticidas de ação instantânea - Aerosol**

Segundo as requerentes o investimento necessário para a produção de aerossóis 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.

As requerentes 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, 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 3 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 concorrente Clorox do Brasil Ltda., detentora da marca SBP, também, foi consultada 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

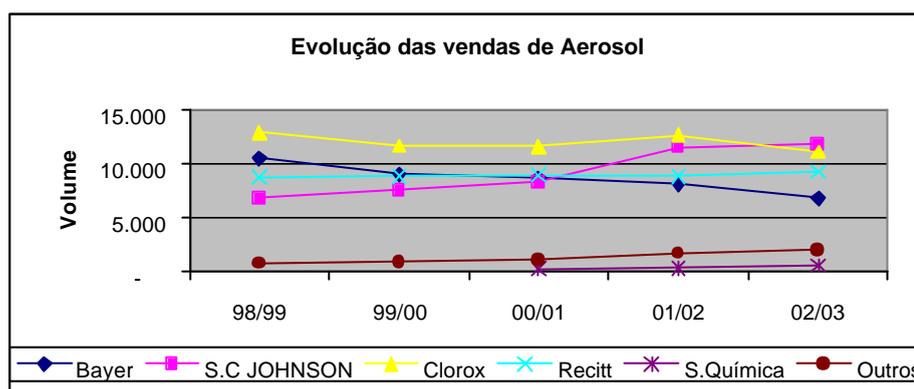
envase etc. A Clorox, ainda, citou a Copaster com sendo uma das empresas que efetua envases de inseticidas para terceiros.

Conforme podemos observar, a entrada no mercado de inseticidas comercializados sob a forma de aerossóis 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, 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 aerossóis, obtendo esses produtos da empresa Copaster.

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

**Gráfico I**

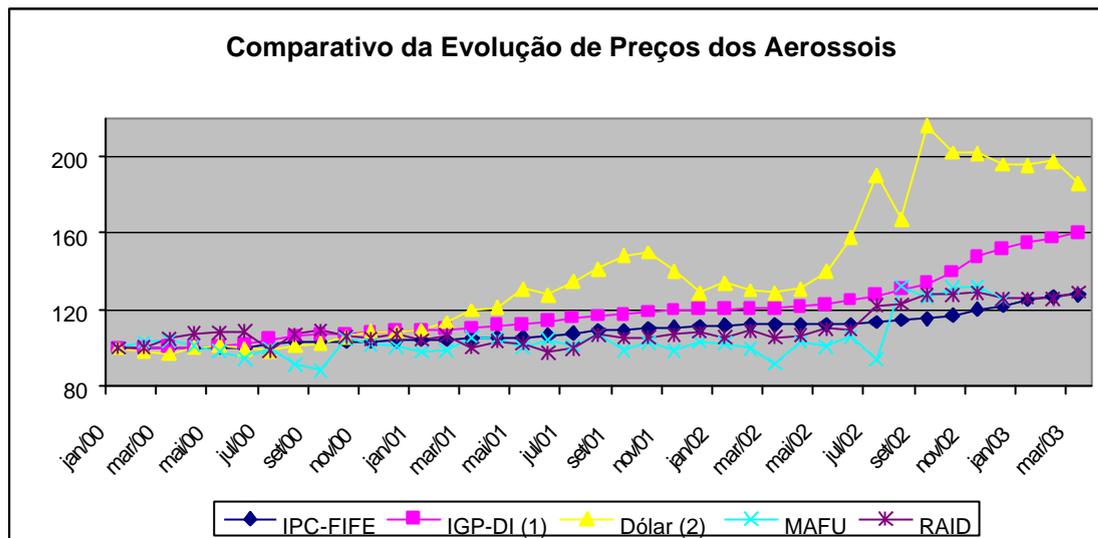


Fonte: ACNilsen.

No Quadro VI observa-se a entrada de duas empresas representativas no segmento de aerossóis, 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 aerossóis, Mafu (Bayer) e Raid (SC Johnson), com o IPC-FIPE, IGP-DI e Dólar.

**Gráfico II**

Fonte: Requerentes.

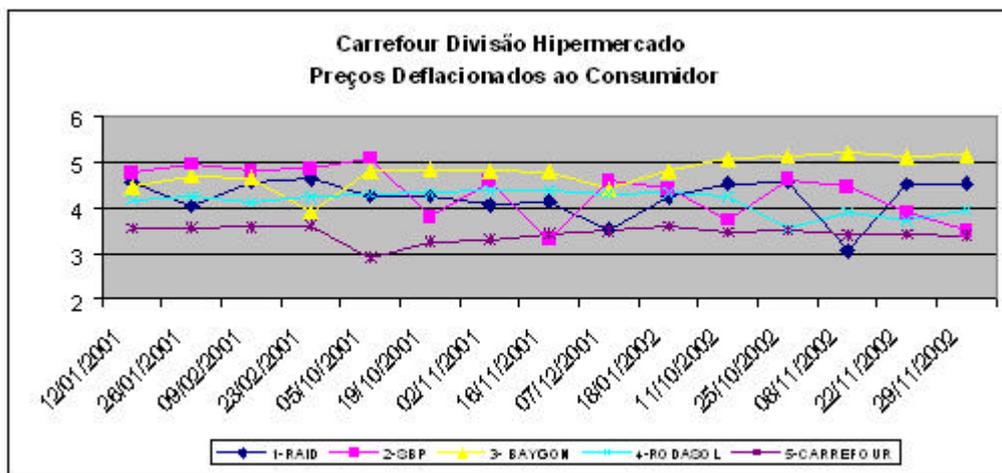
Observando-se o Gráfico II, pode-se comentar que marcas Mafu e Raid, ofertadas por Bayer e S.C Johnson, respectivamente, vêm tendo um comportamento semelhante à evolução do IPC-FIPE.

Cabe observar que as requerentes apresentaram, em 27/01/2003, o estudo de Elasticidade – Preço da Demanda no segmento de aerossóis. 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 produtos das requerentes, que apresentaram elevadas elasticidades-preço da demanda, ou seja, a elevação de preço em aerossóis resulta em perda significativa de participação de mercado. Tal fato pode ser observado em parte nos Gráfico I, II e III, com relação aos aerossóis 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: Requerentes.

Pode-se observar que os produtos comparados no Gráfico III apresentaram um comportamento homogêneo no período analisado, o que demonstraria a existência de acirrada 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 requerentes, 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 concorrente 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, 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,

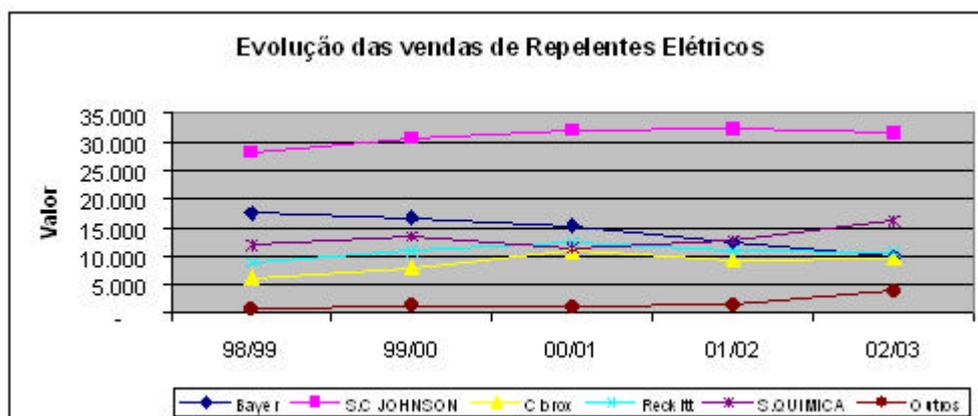
com a marca SBP, Ceras Johnson, com a marca Raid; e outros pequenos clientes. Essas empresas comercializam junto às redes atacadista e varejista.

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 4 meses e o investimento necessário é de US\$ 50 mil (para fabricação de moldes para a produção do aparelho específico do marca).

A evolução das vendas nesse segmento, no período de 1998 a 2003, está representada no Quadro VII (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 comercializados sob a forma de iscas, destinados a insetos rasteiros. Segundo as requerentes, o investimento necessário para a manufatura desses

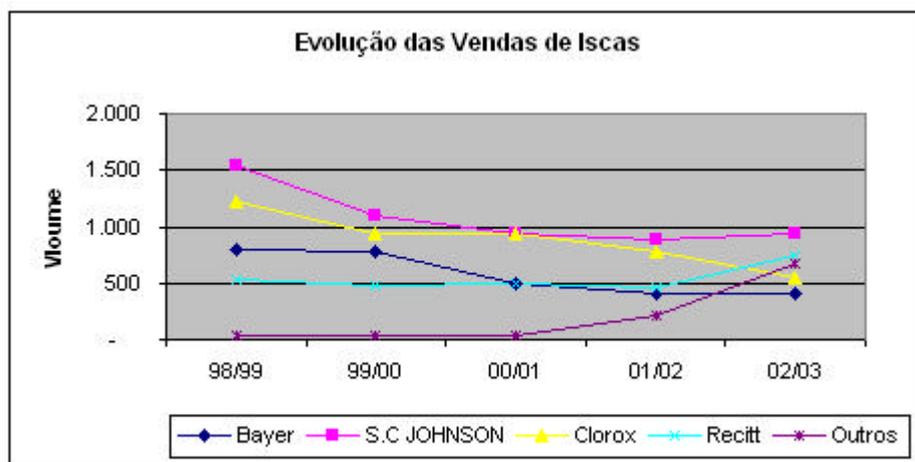
produtos seria de R\$ 150.000,00 (linha de envase – R\$ 50.000,00 e tanques e processos R\$ 100.000,00).

A concorrente 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 VIII (Confidencial) e Gráfico V.

**Gráfico V**

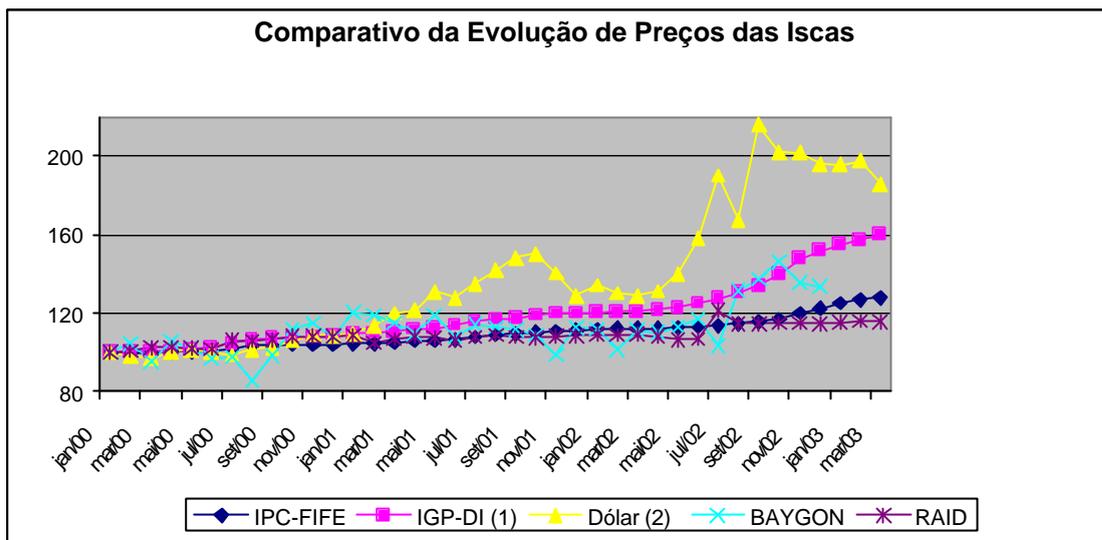


Fonte: ACNielsen.

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.

### Repelentes de uso pessoal contra insetos voadores

Segundo as requerentes, o investimento necessário para a produção de repelentes seria de R\$ 60.000,00, com tanques/processo e R\$ 50.000,00 com a linha de envase, totalizando R\$ 110.000,00. O prazo de instalação seria de 6 meses.

A empresa Reckitt Benckiser, produtora do repelente Repelex, consultada sobre esse mercado por meio do Ofício nº 07048 COBED/COGPI/SEAE/MF, de 6/12/2002, informou que uma linha para a produção de repelentes pessoais, considerando-se a ampliação de uma fábrica já existente, leva aproximadamente um ano para ser implantada e seu custo seria, aproximadamente, de R\$ 3.700.000,00.

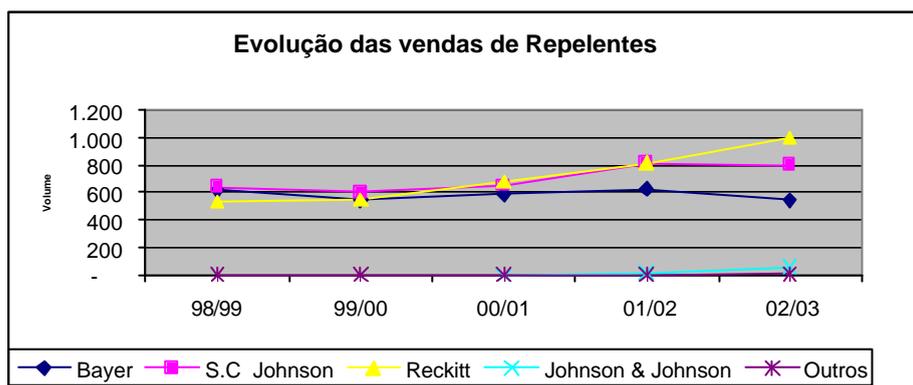
Cabe observar que a Johnson & Johnson, entrou no mercado de repelente para uso pessoal em 2002, comercializando a marca Johnson's Baby Loção Antimosquito. A empresa informou que teve sua fórmula trazida de sua subsidiária localizada no exterior e inserida na linha de produção da fábrica da Johnson & Johnson em São José dos Campos. O Johnson's Baby Loção Antimosquito diferencia-se dos demais produtos repelentes em função de sua formulação, o que faz com que, apesar de ser um produto também voltado ao público adulto, tem como alvo o público infantil, sendo atualmente o único produto no mercado com esta indicação. Quando aos custos inerentes a uma possível entrada nesse mercado, a Johnson & Johnson fez os seguintes comentários:

- nessa entrada a Johnson & Johnson estabeleceu um escala mínima mensal de 3.385 litros de loção antimosquito por mês, para que a comercialização fosse economicamente viável;

- a empresa, pautando-se no seu processo de fabricação, não vislumbra demanda de tecnologia especializada para fabricação e envase de produtos desta natureza;
- o investimento em maquinário, conforme disponível no mercado, pode variar de US\$ 100,00 a US\$ 700,00 ou mais, sendo o valor mais baixo correspondente a uma fabricação de pequenos volumes de produto em baixa velocidade;
- é necessário investir em testes clínicos e pré-clínicos - exigidos para registro do produto - que resultam em um custo de R\$40.000,00 e R\$14.000,00, aproximadamente;
- em termos regulatórios, existe a necessidade de promover o registro do produto perante a ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

A evolução das vendas nesse segmento, no período de 1998 a 2003 está representada no Quadro IX e no Gráfico VII.

**Gráfico VII**

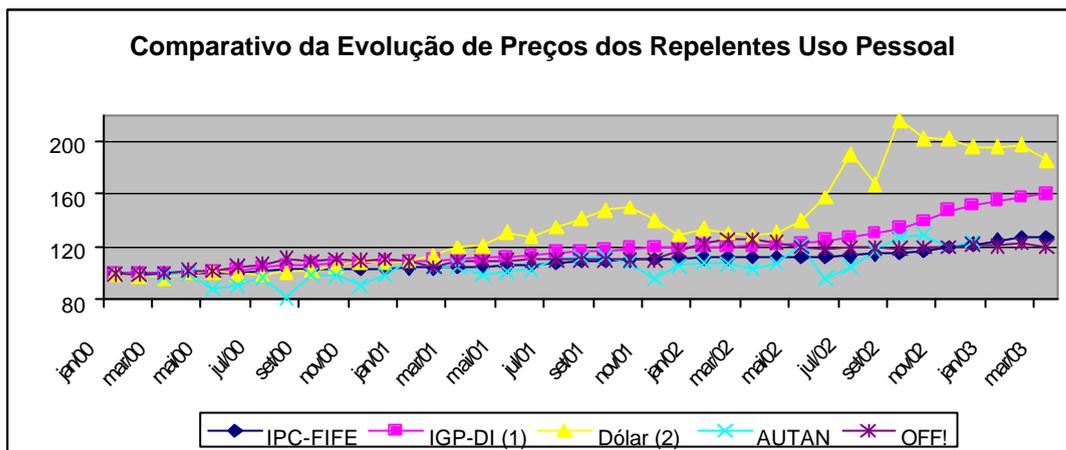


Fonte: ACNielsen.

Observa-se, no período, um crescimento significativo do mercado total, assim como das vendas da Reckitt Benckiser (marca – Rodosol). A entrada da Johnson mostrou-se efetiva.

O Gráfico VIII apresenta o comparativo da evolução de preços de repelentes de uso pessoal das marcas Autan (Bayer) e OFF (SC Johnson), com o IPC-FIPE, IGP-DI e Dólar.

**Gráfico VIII**



Fonte: ACNielsen.

Observando-se o Gráfico VIII, pode-se comentar que os produtos observados (Autan/OFF) vêm tendo o mesmo comportamento do IPC-FIPE.

O Quadro X apresenta um resumo dos custos de entrada nos diversos segmentos de inseticidas e de repelentes de uso pessoal.

**Quadro X**

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

Tipo Entrada	Participações (%)							
	Inseticidas						Repelentes	
Categoria	Inst.Todos Insetos		Contínua Voadores		Cont. Rasteiros		Uso Pessoal	
Ação	Aerosol		Ap. Elétrico		Isca		---	
Apresentação	Aerosol		Ap. Elétrico		Isca		---	
Tipo Entrada	(R\$)	Tempo (meses)	(R\$)	Tempo (meses)	(R\$)	Tempo (meses)	(R\$)	Tempo (meses)
Terceirizar	160 mil	8 a 12	110 mil	4	150 mil	4 mil	110 mil	6
Produção Própria	7,5 milhões	12	Não usual	Não usual	Não usual	Não usual	3,7	12
Escala Mínima	25 mil unidades		--		--		3385 unidades	

Fonte: Requerentes e Concorrentes.

O Quadro XI apresenta um resumo com todas as entradas nos diversos segmentos de inseticidas e de repelentes de uso pessoal.

**Quadro XI****Entradas nos Mercados de Inseticidas e Repelentes de Uso Pessoal – 1999 a 2002**

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

Fonte: Requerentes e Concorrentes.

Elaboração SEAE/COGPI.

Das entradas apresentadas no Quadro XI, cabe destacar as efetuadas pelas empresas Bombril no segmento de aerossóis com a marca ATAK, e pela Johnson & Johnson com produto Johnson's Baby Loção Antimosquito.

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.

Confidencial. 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 e repelentes tende a crescer em função, por exemplo, dos registros de casos de dengue em território nacional.

No que diz respeito à marca, as requerentes 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.

Confidencial.

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 XII.

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 XII

### Marcas e Analisadas

Marcas	Produttore/Vendedor	Origem	Local de Compra
Baygon Multi Plus	Bayer	RJ	RJ
Raid Prot. Multi Inseticida	S.C. Johnson (importado)	Argentina	RJ
Rodasol Multi Inseticida	Reckitt	SP	RJ
SBP Multi Inseticida	Clorox (importado)	Argentina	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 ofertada 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.

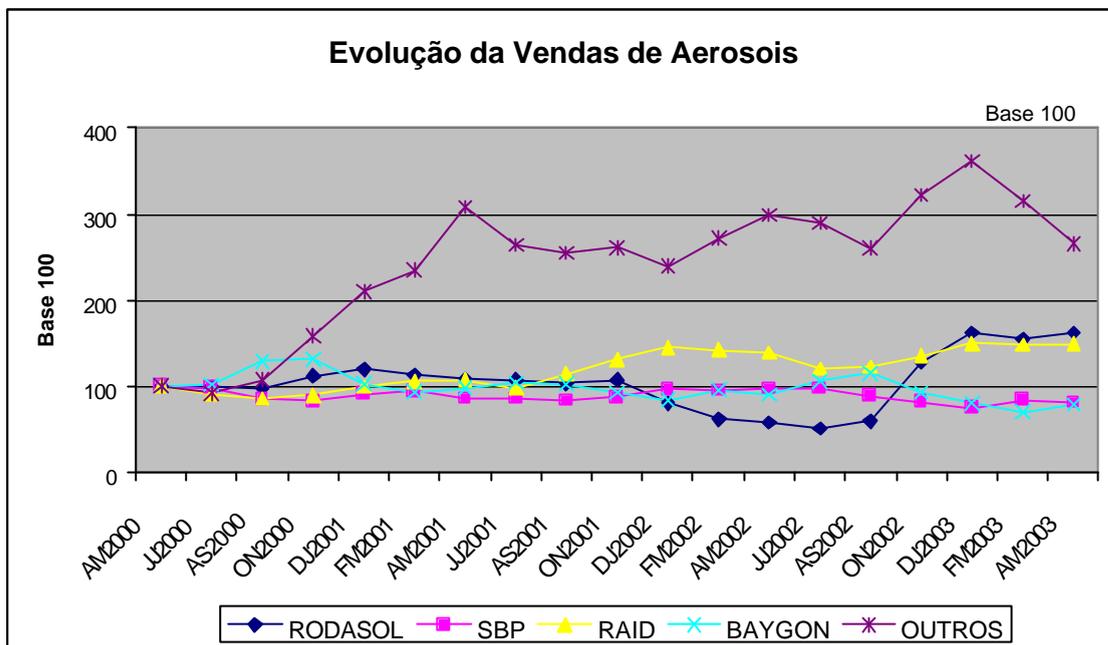
## **V.2 – Rivalidade**

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 e de repelentes para uso pessoal é superior à produção total das Requerentes, em aproximadamente 2 vezes para o segmento de aerossóis, e de 10 vezes para os demais segmentos, conforme observado no Quadro XIII. 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.

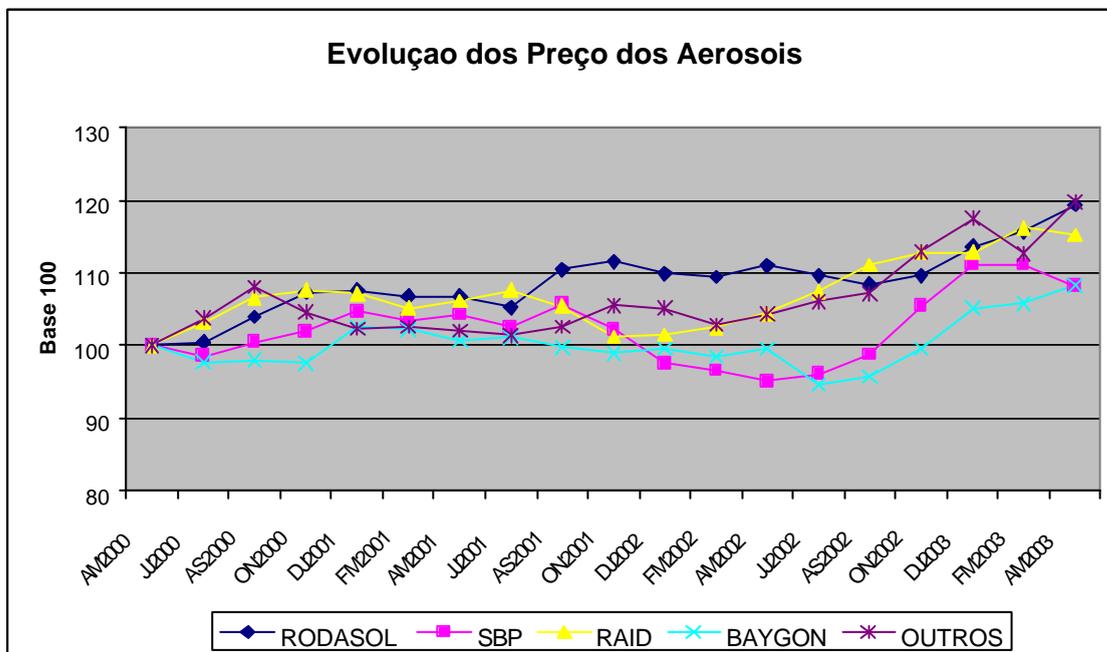
A evolução das vendas e preços no segmento de aerossóis, no período de 1998 a 2003, está apresentada nos Gráficos IX e X.

**Gráfico IX**



Fonte: ACNilsen.  
Obs.: Requerentes (RAID e BAYGON)

**Gráfico X**



Fonte: ACNilsen.  
Obs.: Requerentes (RAID e BAYGON)

Pode-se observar que os produtos comparados nos Gráfico IX e X 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 presente ato de concentração, a empresa Reckitt Benckiser do Brasil, concorrente das Requerentes, formalizou junto ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, pedido de Medida Acautelatória para esta 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 Ato de Concentração nº 08012.002877/2003-69 (em análise nesta SEAE), no qual consta a aquisição, pela a Reckitt Benckiser, em 31/03/2003, do negócio de inseticidas da Clorox do Brasil Ltda.

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 e repelentes 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 e repelentes, em sua maioria, manifestaram-se favoravelmente à operação. Foram consultados os seguintes clientes: Cia Brasileira de Distribuição, 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.

#### **V.3.2 – Decisões em Outras Jurisdições**

Confidencial.

## **VI. Recomendação**

O negócio realizado entre as requerentes resultará em um significativo grau de concentração horizontal no mercado de inseticidas em suas diversas apresentações e de repelentes para uso pessoal. 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

