

Varejo de autosserviço

Dimensão produto: O mercado de varejo de autosserviço, oferecido por supermercados ou hipermercados (além de outros formatos que têm surgido mais recentemente, tais como atacarejos e clubes de compra), é usualmente definido nos precedentes do Cade, na dimensão produto, como a venda de “bens de consumo não-duráveis (produtos alimentícios em geral, de higiene, limpeza, bebidas etc.) e duráveis (eletro-eletrônicos, têxteis, utilidades domésticas, bazar etc.), dispostos de forma departamentalizada, em gôndolas e/ou balcões, permitindo que consumidores escolham e adquiram um grande número de mercadorias a serem pagas em caixas (check-outs)”. Conforme disposto nos precedentes, supermercados compreendem lojas de comércio de autosserviço com número de check-outs igual ou superior a

De forma geral, o Cade vinha adotando entendimento no sentido de que pontos comerciais dos formatos supermercado, hipermercado e atacarejo faziam parte do mesmo mercado relevante, excluindo-se da definição as várias formas de pequeno varejo de conveniência (mercearias, padarias, feiras-livres e açougues, além de pequenos mercados locais com menos de 3 check-outs).

Entretanto, ao analisar operações mais recentes que envolveram unidades de atacarejo, prevaleceu o entendimento de que não se deve incluir supermercados indiscriminadamente no mesmo mercado relevante dos atacarejos. Assim, os precedentes mais recentes consideraram a possibilidade de um subconjunto das unidades classificadas como supermercado exercer pressão competitiva sobre os atacarejos, hipermercados e clubes de compra. Nesse subconjunto, devem estar incluídas apenas as unidades que tenham características que as ponham em um patamar similar ao das unidades-alvo da operação em termos de porte e de estrutura.

Em termos gerais, entende-se que as lojas de maior porte (hipermercados e atacarejos) exercem pressão competitiva sobre as de menor porte (supermercados), mas o contrário não ocorre. Dessa forma, com base nos atos de concentração mais recentes, tem sido adotado o entendimento de que:

quando a loja-alvo é do tipo supermercado, o mercado relevante deve ser composto por supermercados, hipermercados, atacarejos ou clubes de compra; e

por outro lado, quando a loja-alvo é uma loja do tipo hipermercado, atacarejo ou clube de compra, o mercado relevante deve ser composto por lojas desses tipos e, ainda, por supermercados de porte similar.

Dimensão geográfica: Em relação à dimensão geográfica, esse mercado é usualmente analisado, nos precedentes do Cade, com base nos seguintes cenários: cenário municipal, em municípios com população inferior a 200 mil habitantes; e cenário delimitado pelo raio de influência da loja-alvo, em municípios com população superior a 200 mil habitantes.

Precedentes recentes indicam que a SG estabeleceu uma nova metodologia para a determinação do mercado relevante geográfico em análises de concentrações horizontais no mercado de comércio varejista de autosserviço, e passou a adotá-la a partir da análise do Ato de Concentração nº 08700.002595/2022-76 (Savegnago Supermercados Ltda., Peralta Comércio e Indústria Ltda., Peralta Distribuidora de Alimentos Ltda., Brasterra Empreendimentos Imobiliários Ltda. e Peralta Investimentos e Participações Empresariais Ltda.).

Tal metodologia busca verificar as lojas concorrentes que se encontram em uma área de influência da loja-alvo (ponto central), observando-se o efetivo tempo de deslocamento por carro medido em minutos a partir deste ponto central. A aferição do tempo de deslocamento deverá ser feita por simulação de trajeto da loja-alvo até outras lojas que são (potenciais) concorrentes e que estão instaladas nas redondezas, a ser feita em um dia de sábado no horário das 11h através do serviço Google Maps.

Em sequência, de posse do tempo de deslocamento aferido da loja-alvo até cada uma das lojas incluídas no conjunto de (potenciais) concorrentes mencionado acima, deve-se proceder à determinação de quais lojas efetivamente pertencem ao mesmo mercado relevante com base no enquadramento positivo ou negativo do resultado ao seguinte conjunto de regras:

Quando a loja-alvo for de grande porte (lojas do tipo hipermercado, atacarejo e clube de compra) e estiver localizada em área urbana, pertencerão ao mesmo mercado relevante geográfico:

- (i) outras lojas de grande porte localizadas a até 15 minutos de deslocamento;
- (ii) supermercados de porte similar localizados a até 10 minutos.

Quando a loja-alvo for de médio porte (lojas do tipo supermercado com pelo menos 3 check-outs) e localizada em área urbana, pertencerão ao mesmo mercado relevante geográfico:

- (i) outras lojas de médio porte localizadas a até 10 minutos de deslocamento; e
- (ii) lojas de grande porte localizadas a até 15 minutos de deslocamento.

Jurisprudência de mercado relevante



Quando a loja-alvo for de grande porte e localizada em área rural, pertencerão ao mesmo mercado relevante geográfico:

- (i) outras lojas de grande porte localizadas a até 30 minutos de deslocamento; e
- (ii) supermercados de porte similar localizados a até 20 minutos.

Quando a loja-alvo for de médio porte e localizada em área rural, pertencerão ao mesmo mercado relevante geográfico:

- (i) outras lojas de médio porte localizadas a até 20 minutos de deslocamento; e
- (ii) lojas de grande porte localizadas a até 30 minutos de deslocamento por carro.

Jurisprudência:

08700.005746/2024-18 (UnidaSul Distribuidora Alimentícia S.A. e WMS Supermercados do Brasil Ltda.);

08700.004650/2023-43 (Realmar Distribuidora Ltda. e Comercial Gaivotas Ltda.);

08700.007767/2022-06 (Armazém Mateus S/A e Atacadão S/A);

08700.004804/2022-16 (Supermercados BH Comércio de Alimentos S.A. e Carraro & Rocha Ltda. - Fonte Supermercados);

08700.003437/2022-33 (Emise Supermercados Ltda. e Companhia Brasileira de Distribuição); 08700.002595/2022-76 (Savegnago Supermercados Ltda., Peralta Comércio e Indústria Ltda., Peralta Distribuidora de Alimentos Ltda., Brasterra Empreendimentos Imobiliários Ltda. e Peralta Investimentos e Participações Empresariais Ltda.); 08700.005746/2024-18 (UnidaSul Distribuidora Alimentícia S.A. e WMS Supermercados do Brasil Ltda.);

08700.002341/2024-10 (Comercial Alimentícia Pulmer Limitada, Ariovaldo Costa Paulo & Cia Ltda. e Arilog Soluções em Transporte de Cargas Ltda.);

08700.004650/2023-43 (Realmar Distribuidora Ltda. e Comercial Gaivotas Ltda.);

08700.007767/2022-06 (Armazém Mateus S/A e Atacadão S/A);

08700.004804/2022-16 (Supermercados BH Comércio de Alimentos S.A. e Carraro & Rocha Ltda. - Fonte Supermercados);

08700.003437/2022-33 (Emise Supermercados Ltda. e Companhia Brasileira de Distribuição);

Jurisprudência de mercado relevante



08700.002595/2022-76 (Savegnago Supermercados Ltda., Peralta Comércio e Indústria Ltda., Peralta Distribuidora de Alimentos Ltda., Brasterra Empreendimentos Imobiliários Ltda. e Peralta Investimentos e Participações Empresariais Ltda.);

08700.002595/2022-76;

08700.005746/2024-18 (UnidaSul Distribuidora Alimentícia S.A. e WMS Supermercados do Brasil Ltda.); 08700.000711/2024-84 (SMR Participações e Investimentos S.A. e Cia Paraná de Alimentos S.A.);

08700.002595/2022-76 (Savegnago Supermercados Ltda., Peralta Comércio e Indústria Ltda., Peralta Distribuidora de Alimentos Ltda., Brasterra Empreendimentos Imobiliários Ltda. e Peralta Investimentos e Participações Empresariais Ltda.); e

08700.010254/2024-36 (CDP Supermercados Ltda. e Bompreço Bahia Supermercados Ltda.).

Acessar [Base de jurisprudência de mercado relevante](#)