

Quem vai tomar uma Kaiser antes?

As maiores cervejarias do mundo disputam a compra da Femsa, uma transação que pode chegar a US\$ 9 bilhões

ROSENILDO GOMES FERREIRA

POUCO MAIS DE UM ANO APÓS A BELGO-brasileira InBev assumir o controle da americana Anheuser-Busch, dona da marca Budweiser, o mercado mundial de cerveja está prestes a testemunhar mais uma fusão de peso. A noiva da vez é a mexicana Fomento Económico Mexicano (Femsa), a maior empresa de bebidas da América Latina. A empresa nomeou a consultoria NM Rothschild & Sons para encontrar alguém disposto a pagar estimados US\$ 9 bilhões por sua divisão de cervejas. O que está em jogo é um portfólio que inclui Sol, Dos Equis e Tecate, cervejas de forte presença no cobiçado mercado de bebidas dos Estados Unidos. A transação, apesar de estar sendo tocada a partir do quartel-general da Femsa, em Monterrey (México), também terá desdobramentos no Brasil. Detentora das marcas Kaiser, Bavária e Sol (esta última sem nenhuma relação com a homônima mexicana), a Femsa é a quarta maior cervejaria do País, com 6,9% de participação em um setor que movimentava R\$ 11 bilhões por ano. Segundo fontes do mercado, a holandesa Heineken e

a sul-africana SAB-Miller estão na briga pela aquisição da mexicana.

Por que a Femsa decidiu sair de um negócio que responde por 25% de suas receitas? Uma das explicações é o fato de que, apesar de ser uma área estratégica, os mexicanos não vêm conseguindo extrair os ganhos esperados. **No balanço do segundo trimestre, enquanto a venda global de refrigerantes da franquia Coca-Cola cresceu 19%, a área de cerveja da Femsa avançou apenas 6,7%.** Para melhorar o desempenho financeiro, os executivos reduziram a produção e aumentaram o preço. O mesmo foi feito no Brasil. A estratégia fez com que a Femsa perdesse, em 2009, 1,3 ponto percentual de participação no mercado brasileiro - o equivalente a R\$ 140 milhões que deixaram de entrar no





ANUNCIAEM SOBRE FOTO DE SHUTTERSTOCK

FAVORITA:
segundo especialista, a holandesa Heineken leva vantagem na disputa com a SAB-Miller pela compra da Femsa, a dona da Kaiser no Brasil

A FEMSA NO BRASIL

Marcas:

Kaiser, Bavaria e Sol

Fatía de mercado:

6,9% em agosto de 2009

Faturamento em 2008:

R\$ 5,7 bilhões

Número de funcionários:

2.064

caixa da empresa. Na avaliação do economista Alcides Leite, professor da Trevisan Escola de Negócios, os holandeses são favoritos nessa disputa. "A Heineken já conhece o gosto local", argumenta. Enquanto a marca é encontrada com facilidade nas gôndolas dos supermercados, a Miller, um dos carros-chefes da empresa sul-afri-

cana, jamais emplacou no Brasil. Outro fator que pesaria a favor da Heineken é seu forte relacionamento com a Femsa. No Brasil, a Heineken detém 17% da marca Kaiser. Além disso, a holandesa é produzida, sob licença, pela própria Femsa. Quem domina o setor é a Ambev, dona de 69,2% do mercado nacional.

Tanto Heineken quanto SAB-Miller estão de olho num nicho que cresce de forma expressiva no Brasil. Se há uma década o segmento de cervejas premium era praticamente inexistente no País, hoje ele responde por 6% das vendas totais do setor cervejeiro, o que dá algo como R\$ 700 milhões. Segundo o professor Leite, da Trevisan, a compra da Femsa facilitaria o ingresso da Heineken e da SAB-Miller nesse mercado. Isso porque elas poderiam contar com fábricas prontas e uma rede de distribuição consolidada. Seria uma forma mais rápida e eficiente de trazer suas marcas premium que fazem sucesso na Europa e nos Estados Unidos. Nesse caso, cervejas populares como Kaiser e Bavária funcionariam para gerar volume. Mas o grosso da rentabilidade viria mesmo das bebidas mais sofisticadas.