

## **Vendas da Kaiser caem 3,9% no terceiro trimestre no Brasil**

*Lilian Cunha*

Chuvas e alta de preços fizeram o volume de vendas da Femsa Cervejas no Brasil cair 3,9% no terceiro trimestre do ano, segundo Javier Astaburuaga, diretor financeiro da companhia mexicana que divulgou ontem relatório de resultados.

Incluindo o México, as vendas de cerveja da Femsa cresceram 13% no período. No país sede, a receita subiu 8%, com aumento de 1,5% no volume e preços maiores. No Brasil, apesar da queda em volumes, a receita cresceu 11% em pesos, graças à valorização do real diante da moeda mexicana.

Segundo a empresa, o preço por hectolitro da cerveja no Brasil subiu 15,3%, se calculado em pesos mexicanos, entre julho, agosto e setembro, em relação ao mesmo trimestre do ano passado. Em reais, o preço por hectolitro da bebida subiu 0,9%.

"A maior causa dessa alta foi o fortalecimento do real frente ao dólar", disse Astaburuaga em teleconferência com analistas de mercado na tarde de ontem. O executivo abriu a sessão de perguntas e respostas com um aviso: não iria comentar a possibilidade de venda da divisão de cervejas da Femsa. Mesmo questionado por vários analistas, Astaburuaga não comentou nada sobre o assunto.

Mas a justificativa da Femsa para a queda do volume de cervejas no Brasil não escapou da artilharia de perguntas dos analistas "A chuva não pode ser a razão para a queda pois ela caiu para os concorrentes também", disse um deles.

Questionado sobre outros motivos que teriam feito o negócio encolher, Astaburuaga citou a estratégia de novas embalagens da empresa líder no mercado brasileiro, a AmBev. "Estamos conduzindo um teste piloto para lançar a cerveja de um litro no Brasil. Pode ter certeza de que nossa reação está chegando", afirmou. O negócio de cerveja no Brasil movimentou no trimestre 2,2 milhões de hectolitros, enquanto no México chegou a 6,8 milhões de hectolitros.

Em setembro, a Femsa, segundo a Nielsen, acumulou 6,9% do mercado de cervejas no Brasil, enquanto a AmBev fechou o mês com 70%, a Schincariol com 11,6% e a Petrópolis com 9,8%. Há um ano, entretanto, a cervejaria - dona das marcas Kaiser e Sol - detinha 7,4% das vendas no país.

A Femsa, que além da divisão de cervejas, também é a maior engarrafadora da Coca-Cola na América Latina, segunda maior do mundo e também dona da Sucos del Valle, informou que seu lucro líquido cresceu 25% no terceiro trimestre, para 2,52 bilhões de pesos mexicanos (US\$ 186 milhões), em relação a igual período de 2008. No período, as vendas da empresa subiram 21%, para 50,65 bilhões de pesos, enquanto o lucro operacional avançou 27%, para 7,22 bilhões de pesos. O bom resultado foi puxado pela unidade de refrigerantes, que ontem divulgou anteontem 32% de alta nas vendas.

**Valor Econômico, São Paulo, 29 out. 2009, Empresas & Tecnologia, p. B4.**