

# China é o novo front da guerra da cerveja

Mercado em expansão pode definir a nova liderança mundial

24 de novembro de 2007 | 0h 00

Marili Ribeiro - O Estadão de S.Paulo

O que vai definir a nova liderança no tabuleiro do xadrez cervejeiro global, onde o Brasil tem participação indireta por meio da InBev (que detém 59% do capital da brasileira AmBev) é o mercado chinês. A China, como tem sido usual nos últimos tempos, também rouba a cena quando o assunto é loira gelada.

As quatro gigantes do setor - a belgo-brasileira InBev, a americana Anheuser-Busch, a anglo-sul-africana SABMiller e a holandesa Heineken - estão se engalfinhando na terra dos mandarins, onde suas marcas não querem dizer nada, mas onde elas têm de garantir posições para crescer e gerar lucros para os acionistas. Em parcerias, ou por aquisições de produtores locais, elas correm para tentar ganhar terreno e construir marcas locais.

E, por enquanto, quem vem se dando melhor no intrincado mercado chinês é a SABMiller. Em sociedade com a maior empresa chinesa do ramo, a CRSB (49% de participação), ela detém a maior fatia do consumo, com 15% de um mercado pulverizado por mais de 500 cervejarias. Já foram cerca de 800.

A cerveja Snow, da SABMiller, é líder entre os chineses, mesmo com 5,1% de participação. A maioria das outras tem em torno de 1%. A Snow aparece no balanço do último semestre da SABMiller com 86% de aumento ante o período anterior. Nenhuma das outras cervejarias, entre as que disputam o mercado chinês, exhibe semelhante desempenho.

Analistas antenados no setor acham que a SABMiller começa a se configurar como a grande rival da aguerrida InBev em seu projeto de liderança global. A Anheuser-Busch, sempre apontada como a parceira ideal para uma futura fusão e/ou parceria operacional, vê com reservas uma associação, ao menos no momento.

"O que impediria uma negociação entre as duas no curto prazo é o fato de a InBev ainda viver um processo de reestruturação por conta da adoção da gestão nos moldes da brasileira AmBev, muito focada em eficiência operacional. A Anheuser tem uma estrutura muito acomodada", comenta um deles que, por normas do banco para o qual trabalha, não pode dar entrevistas.

Na avaliação do ex-mestre cervejeiro e atual consultor Mathias Reinold, o mercado mundial está muito volátil para fazer projeções. "Há aquisições e

fusões constantemente e fica difícil traçar cenários", considera. E tem certa razão.

## TABULEIRO RESTRITO

Nos últimos meses, a SABMiller anunciou parceria com a canadense-americana Molson Coors para fundir suas operações nos Estados Unidos e reduzir custos. A Heineken juntou-se à dinamarquesa Carlsberg para fazer uma oferta pela britânica Scottish & Newcastle. Um negócio de US\$ 15 bilhões cujo objetivo é aumentar sinergias e melhorar margens no mercado europeu. Na semana passada, de novo a SABMiller anunciou a intenção de comprar a holandesa Royal Dutch Grolsch por US\$ 1,2 bilhão.

Toda essa movimentação tem por objetivo manter em alta o interesse dos investidores internacionais em seus papéis nos mercados. As megacervejarias não relaxam posições na tentativa de conquistar melhor desempenho para essa indústria, dona de um produto que é praticamente uma commodity. Pior ainda, sobram poucas pedras no tabuleiro por onde expandir no cenário global.

Os mercados europeu e americano estão estagnados há alguns anos, embora ainda garantam boa rentabilidade às empresas, já que os preços mantêm margens mais atraentes do que nos mercados emergentes. Porém, a retração de consumo avança. Até os pubs londrinos, tradicional reduto da cerveja em seus característicos pint glass, estão adotando o vinho. O consumo de cerveja entre os britânicos caiu 49% desde 1979.

A China já representa um mercado de 32 bilhões de litros ao ano, com perspectivas de aumento e tudo a ser feito. Antes de o gigante chinês despertar para as tentações do consumo de massa, o maior mercado era o americano, que passou a ocupar o segundo lugar no ranking global, com 23 bilhões ao ano. O Brasil, que ainda tem gás para aumentar o seu consumo (o que depende do aumento da renda da população), praticamente empata com Alemanha e Rússia no nível de 10 bilhões de litros ao ano.

"Há investimentos não só porque o crescimento é rápido, mas o retorno do capital também é rápido", diz o importador de cervejas Xavier Depuydt.

A China, imbatível quando surgem os seus grandiosos números, está na mira, mas, como ponderam executivos da AmBev, ainda é uma promessa. Apesar dos volumes, não é um mercado atraente por causa de preço, o que resulta em baixa rentabilidade. "Quem compra papéis dessa indústria quer um misto de segurança, o que se obtém nos mercados maduros, onde o risco é baixo, somado à atração do crescimento dos mercados emergentes, onde o risco pode ser alto", diz Marcos Mesquita, do Sindicato Nacional da Cerveja (Sindcerv).