



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação Geral de Produtos Industriais

Parecer Técnico n.º 0022 COINP/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 16 de janeiro de 2002.

Referência: Ofício SDE/GAB n.º 4156, 28 de setembro de 2001.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO
n.º 08012.005998/2001-09.

Requerentes: *Cervejarias Kaiser S.A.,
Cervejarias Kaiser Brasil Ltda. e
Cervejarias Independente Ltda.*

Operação: Compra, pelas *Cervejarias
Kaiser S.A., Cervejarias Kaiser Brasil
Ltda.*, da marca Xingu, alienada pela
Cervejarias Independente Ltda.

Recomendação: Aprovação, sem
restrições.

Versão: Pública

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 CERVEJARIAS KAISER S.A., CERVEJARIAS KAISER BRASIL LTDA. E CERVEJARIAS INDEPENDENTE LTDA..

O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma a Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

Não encerra, por isto, 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 de 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.

1 - Das Requerentes

1.1 - Cervejarias Kaiser S.A. e Cervejarias Kaiser Brasil S.A.

As empresas Cervejarias Kaiser S.A. e Cervejarias Kaiser Brasil S.A. (doravante Kaiser) pertencem ao Grupo Kaiser, de origem brasileira¹. O grupo atua na produção e comercialização de cervejas. Os principais acionistas do Grupo Kaiser são KAIK (33,4635%), KSP (31,3461%), Heineken (14,2162%), Tilpar (10,4051%) e CCIL (10,1692%). O grupo somente possui atuação no âmbito do Mercosul sendo que o faturamento da Kaiser no ano de 2000 foi da ordem de R\$ 1,197 trilhão (R\$ 1,194 trilhão no Brasil).

1.2 - Cervejarias Independente Ltda.

A empresa Cervejarias Independente Ltda. (doravante Independente) é de nacionalidade brasileira e dedica-se à produção de cervejas e refrigerantes. A Independente não pertence a nenhum grupo econômico e a composição de seu capital social está dividida entre os seguintes quotistas: Cesário de Mello Franco (99,99%) e João Luiz Coelho da Rocha (0,01%). Em 2000 o faturamento da empresa foi de aproximadamente R\$ 109 mil.

2 - Operação

Em 04 de setembro de 2001, foi celebrada a promessa de aquisição pela Kaiser, por tempo determinado, da marca "Xingu" (doravante Marca Xingu), a ser alienada pela Independente. A Independente deverá transferir a titularidade da Marca Xingu da empresa refrigerantes Brasília Ltda. (doravante Brasília) para seu nome. Após esta transferência, a Independente deverá licenciar a Marca Xingu à Kaiser, somente para exploração no mercado brasileiro.

Inicialmente, a Kaiser utilizará a Marca Xingu na fabricação e comercialização da cerveja Xingu, bem como outros produtos que ache conveniente produzir. A empresa Brasília continuará, por tempo determinado, produzindo e comercializando refrigerantes sob a Marca Xingu. Além disso, a Independente continuará exportando a cerveja Xingu Black Beer para outros países onde a Marca Xingu estiver registrada. A fabricação desta cerveja ficará a cargo da Kaiser.

A respeito da opção de compra da Marca Xingu pela Kaiser, tem-se que esta última terá a opção de adquirir, nos primeiros quarenta meses, a titularidade da Marca Xingu (e direitos correlatos) por R\$ 4,158 milhões (pagos em parcelas mensais de R\$ 34.650). Caso a Kaiser decida por exercer a opção de compra antes do término do 40º mês, um desconto de 50% será aplicado sobre o valor das parcelas a serem quitadas.

¹ A empresa Cervejarias Kaiser S.A. é a *holding* do Grupo Kaiser, não possuindo atividades operacionais.

Por fim, no caso de compra da Marca Xingu, garante-se o fornecimento de cerveja para exportação pela Kaiser para a Independente por noventa e nove anos, salvo se a Kaiser optar por indenizar a Independente.

3- Definição do Mercado Relevante

3.1- Dimensão do Produto

O Quadro 1 demonstra que a operação enseja concentração no mercado de cervejas.

Quadro 1
Produtos Ofertados pelas Requerentes (Brasil)

Produtos	Grupo Kaiser	Independente
Cervejas	x	x
Bebidas		x

Fonte: Requerentes

A jurisprudência e literatura nacional e internacional indicam que a elasticidade-cruzada entre cerveja e demais bebidas (alcoólicas ou não-alcoólicas) é baixa². Por outro lado, não há consenso quanto a necessidade de segmentação do mercado de cervejas. Estudos apontam a existência de alta elasticidade-cruzada entre diversos tipos de cervejas, o que justificaria a inclusão de todas as categorias do produto em um único mercado relevante³.

Por outro lado, esta Secretaria tem adotado definição ligeiramente diferente. Considera-se que a concorrência nos pontos de venda a frio (bares e restaurantes) é desvinculada do tipo de competição nos pontos de vendas a quente⁴. De qualquer modo, a operação não justifica uma investigação mais aprofundada a respeito da dimensão produto do mercado relevante (ver seção 4 para maiores detalhes). Sendo assim, para efeito deste parecer, define-se o mercado relevante como sendo o de cervejas (incluindo-se nele todos os tipos e categorias do produto).

3.2 – Dimensão Geográfica

Assim como na dimensão produto, não há unanimidade na definição da dimensão geográfica do mercado de cervejas. No entanto, dada a pequena participação da Marca Xingu no mercado brasileiro tomado como um todo e em diferentes regiões,

² Ver GREER, D.F. (1993) "Beer: Causes of Structural Change". In: Duetch, L. (ed.) *Industry Studies*. Prentice-Hall., ELZINGA, K. (1990) "The Beer Industry". In: Adams, W. (ed) *The Structure of the American Industry*. Macmillan.

³ Ver também voto do Conselheiro-Relator Renault de Freitas Castro no Ato de Concentração n.º 58/95, Requerentes: Companhia Cervejaria Brahma, Miller Brewing Company e Miller Brewing M1855, Inc. e o voto da Conselheira-Relatora Lúcia Helena Salgado e Silva no Ato de Concentração n.º 83/96 de 10 de dezembro de 1997, Requerentes: Companhia Antarctica Paulista de Bebidas e Conexos e Anheuser-Bush International, Inc.

⁴ Ver parecer n.º 188/99/COGDC/COGSE/MF de 11/11/1999 relativo ao Ato de Concentração n.º 08012.005846/99-12.

não se faz necessário uma definição mais precisa da dimensão geográfica do mercado relevante.

4 - Possibilidade do Exercício de Poder de Mercado

O mercado de cervejas no Brasil pode ser claramente caracterizado como um oligopólio de bens diferenciados. A concorrência se dá basicamente por diferenciação de produto, de modo que investimentos em propaganda são essenciais. Neste sentido, os ativos mais importantes, no que diz respeito à competição, são marcas e estruturas de distribuição/comercialização do produto.

Percebe-se que, independente da dimensão geográfica considerada, a participação da Marca Xingu no mercado de cervejas é bastante pequena. Esta informação é confirmada pela empresa Zahil Comércio Exterior e Distribuição Ltda., antiga distribuidora exclusiva das cervejas da Marca Xingu em São Paulo:

“ ... não cremos que a compra da marca Xingu pela Kaiser seja prejudicial ao mercado, tratando-se de uma cerveja que não deve representar 0,1% do mercado, de difícil aceitação por ser escura do tipo ‘stout’, e de preço elevado.”⁵

A observação do Quadro 2 corrobora esta afirmação: percebe-se que em nenhuma região geográfica a Marca Xingu aparece relacionada entre as maiores participantes do mercado.

Quadro 2
Estrutura do Mercado Brasileiro de Cervejas (2000)

Empresas	Brasil	Mercado 1*	Mercado 2**	Mercado 3***
Ambev	73,07%	78,68%	83,35%	62,32%
Kaiser	13,71%	9,15%	10,81%	31,03%
Schincariol	9,10%	8,14%	2,24%	4,17%
Outros	4,11%	4,03%	3,59%	2,48%
Total	100%	100%	100%	100%

* Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro (exceto Grande Rio de Janeiro).

** Grande Rio de Janeiro.

*** Grande São Paulo.

Fonte: AC Nielsen

Deste modo, dada a pequena concentração observada, tem-se que a operação não enseja maiores preocupações concorrenciais.

⁵ Ver resposta ao ofício n.º 3173 COINP/COGPI/SEAE/MF de 05/10/2001.

5 - Recomendação

Dada a pequena concentração verificada, a operação em análise é passível de aprovação, dentro de um ponto de vista estritamente econômico, tendo em vista que não foram encontradas condições para que as requerentes exerçam ações que gerem danos à concorrência.

À consideração superior

MAURÍCIO CANÊDO PINHEIRO
Técnico

ISABEL RAMOS DE SOUSA
Coordenadora da COINP

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE
Coordenadora-Geral Substituta

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico