

Empresas Tendências&Consumo

Bebidas Cervejaria holandesa afasta-se da Europa e a mexicana fica com fatia de 20% no negócio mundial

Heineken compra Femsa para crescer na América Latina

David Kesmodel e Dana Cimilluca
The Wall Street Journal

O acordo de US\$ 5,4 bilhões da Heineken para comprar a divisão de cerveja da gigante mexicana de bebidas e varejo Femsa dá à cervejaria holandesa uma base na América Latina e reduz sua dependência dos mercados europeus, de crescimento mais lento.

A transação, inteiramente em ações, reunirá sob o mesmo teto as marcas europeias Heineken, Newcastle Brown Ale e Amstel, e as mexicanas Tecate, Dos Equis e Bavaria. Como o acordo, a Heineken se torna a segunda maior cervejaria do México e amplia sua presença no Brasil e nos Estados Unidos.

A Heineken também vai assumir US\$ 2,1 bilhões em dívidas como parte do acordo. A Femsa receberá 20% do Heineken em troca de sua divisão de cerveja.

Jean-François van Boxmeer, o diretor-presidente da Heineken, disse que dormiu com o notebook e o celular aninhados ao lado da cama no fim de ano para ajudar a garantir o acordo, e chegou a trabalhar em meio período durante suas férias na Ilha Maurício.

A Heineken superou a britânica SABMiller pouco antes do Natal, quando a Heineken iniciou negociações exclusivas com a Femsa que deveriam durar até esta semana, disseram pessoas a par da questão.

"É um acordo realmente transformador para a Heineken", disse ontem Van Boxmeer numa entrevista ao "Wall Street Journal" por telefone. "Ele abre uma grande oportunidade para nós nas Américas."

Outras cervejarias estudaram o negócio da Femsa, mas a SABMiller

era considerada por muitos observadores como a favorita para vencer o leilão da Femsa Cerveza, sediada em Monterrey. No fim, a cervejaria britânica foi atrapalhada por sua relutância em adquirir as operações brasileiras da Femsa Cerveza, segundo fontes.

As alianças anteriores entre a Heineken e a divisão de cerveja da Fomento Económico Mexicano SAB, nome oficial da Femsa, colaboraram para a concretização do acordo. "Temos muita coisa em comum na maneira como operamos", disse Van Boxmeer. Tanto a Femsa quanto a Heineken são empresas de controle familiar.

A fusão permitirá à Heineken obter 24% dos seus lucros de países como México, Brasil, EUA e Chile. Atualmente, essa proporção é de 11%. O acordo vai aumentar a participação dos emergentes no lucro operacional da cervejaria de Amsterdã de 32% para 40%.

Analistas dizem que a Heineken tem pela frente a difícil tarefa de melhorar os negócios de cerveja da Femsa no México, onde ela tem 43% do mercado em volume, mas tem perdido terreno para a concorrente maior Grupo Modelo SAB, fabricante da marca Corona.

Van Boxmeer disse que a Heineken "não vai ficar obcecada" em tentar aumentar o volume de vendas no México e, em vez disso, se concentrará em aumentar a receita e o lucro. Através do acordo, a Heineken planeja expandir as vendas da marca Heineken — atualmente minúscula no México.

A Heineken, terceira maior cervejaria do mundo em volume, também fechou um acordo exclusivo de dez anos com a Femsa para vender cerveja em sua rede de lojas de conveniência Oxxo, a maior do México.

Os investidores da Heineken ficaram satisfeitos com o acordo e impulsionaram a ação da empresa em 3,3% na Bolsa de Amsterdã. Já os ADRs da Femsa desabaram 13,3% na Bolsa de Nova York, para US\$ 43,17, já que o acordo decepçiona investidores apostavam na ação desde que a possibilidade da venda de suas cervejarias foi anunciada no mercado.

Segundo fontes, a SABMiller não estava interessada em comprar o braço brasileiro da Femsa, a Cervejarias Kaiser Brasil, que enfrenta forte concorrência da Anheuser-Busch InBev. A SABMiller também ficou desanimada com o acordo de distribuição de longo prazo da Kaiser com a Coca-Cola Femsa, a engrafadora filial da Femsa. A Heineken, por outro lado, já tem uma fatia da Kaiser.

Tanto a SABMiller quanto a Heineken ofereceram à Femsa uma participação, disseram pessoas a par da questão. Como a Heineken é menor que a SABMiller, a Femsa receberá uma fatia maior da Heineken. Como parte do acordo, os representantes da Femsa também ganharam dois assentos no conselho supervisor da Heineken.

O Credit Suisse Group e o Citigroup Inc. deram consultoria à Heineken no acordo. O Rothschild, Allen & Co. e Rebecca Miller aconselharam a Femsa. A empresa inteira agora tem valor de mercado de US\$ 118 bilhões.

Uma onda recente de consolidação no mercado mundial de cerveja culminou na aquisição da Anheuser-Busch pela belgo-brasileira InBev em novembro por US\$ 52 bilhões, aumentando ainda mais a pressão para as cervejarias menores se expandirem. (Colaboração Anna Marij van der Meulen)



Boomer, presidente da Heineken: antes de fechar o negócio, férias de meio período, com celular e notebook na cabeceira

Holandesa é a segunda maior do mundo

Matthew Curtin
The Wall Street Journal



Fonte: Bloomberg e Valor Data

Tal qual cerveja vendida com entusiasmo desmedido, a espuma inicial do preço das ações da Heineken após sua aquisição das operações da Femsa por US\$ 5,4 bilhões assentou. A alta de 5% no início do pregão retrocedeu, na segunda-feira, para um patamar mais modesto de 3%. Mas a Heineken, que tomou-se a segunda maior cervejaria em vendas do mundo, ficou com a melhor parte desse negócio fechado no México.

A empresa holandesa está pagando um preço total 11 vezes maior do que os lucros históricos antes de juros, impostos, depreciação e amortização. Isso está acima de recentes pequenas aquisições de cervejarias, realizadas a múltiplos de oito a 10 vezes. No entanto, os valores estão bastante abaixo do visto durante a fervilhante era de aquisições — com múltiplos de 13 a 14 vezes —, como na compra, pela Heineken e Carlsberg, da Scot-

nas empresas controladas. A Heineken não assumiu nenhuma dívida nova, pagando a maior parte da contrapartida em novas ações emitidas pela controladora. E a companhia tem também cinco anos para comprar no mercado o restante das ações que terá de entregar à Femsa. O grupo Femsa ficou com um interesse econômico de 20% na Heineken, inclusive assentos no conselho de administração. A família Heineken mantém sua participação superior a 50%.

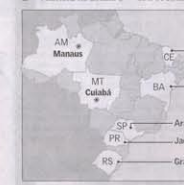
A Heineken diz que levará seis anos para cobrir o custo de capital, mas espera realizar 1 bilhão em sinergias anuais até 2013. Mas para fechar as contas, a Heineken anda precisando elevar o crescimento das vendas da Femsa de 10% para 13% ao ano, partindo de um nível pré-recessão de 8%. A meta é fácil se considerados os ganhos dramáticos da marca Heineken com as marcas da Femsa no México, Brasil e os EUA, os três mais lucrativos mercados do mundo.

No Brasil, plano é expandir produção para mais fábricas

Estrutura e desempenho

Dados de Heineken e Femsa

- Quem é a Femsa no Brasil**
- Nome:** Femsa Cerveja Brasil
- No país desde:** 2006
- Marcas**
Heineken, Kaiser, Gold, Bavaria Clássica, Bavaria sem Alcool, Bavaria Premium, Santa Ceceva, Xingú, SOL, Summer, Dos Equis (importada do México)
- Marcas no México (Femsa Cerveza)**
Tecate, Sol, Carta Blanca, Bohemia, Dos Equis, Superior e Indio
- Participação de mercado em vendas**
72% (novembro) - quarto lugar, depois de Ambev (70%), Schinorol (11,6%), Petrópolis (9,6%)
- Distribuição**
Em conjunto com a Coca-Cola Brasil
- Capacidade de produção de cerveja**
19 milhões de hectolitros ao ano
- Trabalhadores:** 2 mil
- Fábricas no Brasil:** 8 — só a de Jacaré (SP) produz Heineken



O cenário, agora

- Femsa Cerveza**
- Sede:** Monterrey, México
- Estrutura societária:** é uma divisão do Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de CV (Femsa), cujo controle pertence a famílias mexicanas (63%) e o restante (37%) é negociado na Bolsa mexicana
- Faturamento/ano**
US\$ 12,1 bilhões — sendo US\$ 4 bilhões em cervejas
- Produção anual**
411 milhões de hectolitros (só cervejas)
- Participação na produção mundial cervejeira:** 2,3%
- Presença global:** México, Estados Unidos e Brasil

Fonte: Reuters e Nielsen. *Femsa/Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de CV

Heineken

- Nome:** Heineken
- Sede:** Amsterdã, Holanda
- Estrutura societária**
A Heineken Holding N.V. (88% das ações pertencem à família Heineken e 12% à família Hoyer) tem 50,5% da Heineken NV, que controla as cervejarias em todo o mundo por meio do Heineken group. O restante do capital é negociado na Bolsa de Amsterdã
- Faturamento/ano**
US\$ 14,13 bilhões
- Produção anual**
10,15 milhões de hectolitros
- Participação na produção mundial:** 8,9%
- Presença global**
distribuidores e 225 fábricas em 70 países, incluindo os europeus, os Estados Unidos, América Latina (Argentina, Bahamas, Brasil, Chile, Costa Rica, República Dominicana, e mais oito países da América Central), Ásia, Austrália e África



O cenário, agora

- A nova Heineken**
- Sede:** Amsterdã, Holanda
- Estrutura societária**
A Femsa passa a ter 20% da Heineken, sendo 12,5% Heineken NV, 14,9% Heineken Holding (a participação na holding corresponde a 75% da Heineken NV)
- Faturamento/ano:** US\$ 18,13 bilhões em cervejas
- Produção anual**
202,6 bilhões de hectolitros (só cervejas)
- Participação na produção mundial cervejeira:** 11,2%
- Presença global:** Brasil, México, Europa, Estados Unidos, seis países latino americanos, Ásia, Austrália e África

A história da Cervejarias Kaiser

- 1980** Luiz Otávio Possas Gonçalves, um dos principais acionistas do grupo Gonçalves-Guarani e dono desde 1947 de duas engrafadoras de Coca-Cola em Minas Gerais, começa a praticar na época para vender seu guarani
- 1982** Depois de ir à Holanda, aprender com a Heineken como fabricar cerveja, o empresário mineiro Luiz Otávio Possas Gonçalves funda a Cervejarias Kaiser
- 1984** A The Coca-Cola Company se torna sócia de Possas comprando 10% da empresa e assumindo a distribuição da bebida nacionalmente
- 2000** A cervejaria compra por US\$ 190 milhões a Benaria da Antártica, já sob o comando da recém criada AmBev
- 2002** A canadense Molson compra a cervejaria de Possas por US\$ 765 milhões
- 2004** Fusão da Molson com a americana Coors
- 2006** A mexicana Femsa compra a Cervejarias Kaiser da Molson Coors. A participação de Kaiser, a esta altura, é de 5,7%
- 2009** A participação de mercado da Kaiser é de quase 5%. No final do ano, a marca ganha um pouco de fôlego com a campanha publicitária do "Teste cedo"
- 2010** Por uma operação que inclui troca de ações e pagamento de dividendos, a Cervejarias Kaiser passa para o controle da holandesa Heineken, que compra toda a divisão de cerveja da Femsa no Brasil e no México por US\$ 7,347 bilhões

Lilian Cunha
De São Paulo

A Heineken deve experimentar um grande crescimento no Brasil depois de fechar o negócio com a Femsa. O primeiro impacto da compra da cervejaria mexicana se dará sobre a produção. Hoje, a marca holandesa é produzida em apenas uma das oito fábricas da Kaiser no país. Mas, de acordo com fontes ligadas à cervejaria, pelo menos cinco já estão sendo adaptadas e recebendo maquinário para ainda este ano começar a produzir a cerveja da garrafinha verde.

Não é à toa. O Brasil, segundo dados consolidados pelo Barthelemy Group, maior produtor mundial de líquido do mundo, era até o início do ano passado o quarto maior mercado de cerveja do planeta, com uma produção de 106,3 milhões de hectolitros. Se perdia para a Rússia, com 114 milhões de hectolitros de produção. Em primeiro lugar, vem a China e depois os Estados Unidos, com 410 milhões e 231 milhões de hectolitros, respectivamente. Mas com a produção mundial em queda devido à crise que atingiu vários países em 2009, a expectativa é que o Brasil chegue à terceira posição, ultrapassando o mercado russo, que enfrenta recessão.

A Femsa, por sua vez, também se saiu bem. Agora, com seus negócios concentrados na unidade de sucos e refrigerantes — a Femsa Coca-Cola (da qual a The Coca-Cola Company tem 31,6% de controle) — e na Femsa Comercio, a empresa poderá investir na expansão de suas fábricas e também da rede de lojas de conveniência Oxxo. No Brasil, isso deve se refletir em pelo menos mais oito plantas de refrigerantes, além das já existentes. A expansão está em linha com o in-

vestimento de R\$ 11 bilhões (US\$ 5,8 bilhões) para os próximos cinco anos no Brasil, anunciado pela The Coca-Cola Company em novembro. A Femsa é a maior engrafadora do sistema Coca-Cola no país. Também é a maior na América Latina e a segunda o mundo.

No mercado interno, a Cervejaria Petrópolis, que tem 9,6% das vendas, e a Schinorol, segunda colocada com 11,6% (segundo a medição Nielsen de novembro) também acabaram se valorizando. "A SABMiller desistiu da Femsa porque os mexicanos não aceitavam fazer troca de ações em os britânicos. Queriam dinheiro vivo e estavam pedindo mais que os US\$ 7,347 bilhões fechados com a holandesa", diz uma fonte que participou das negociações entre a Femsa e a SABMiller. "Mas eles continuam tendo interesse no país e cervejarias que sobram como algo — a Schin e a Petrópolis — viram seu valor de mercado crescer em pelo menos 15%", afirmou a fonte.

A AmBev, com 70% das vendas, continuará sendo um desafio à vantagem que a Heineken tem para enfrentar a rival e a distribuição em parceria com a Coca-Cola, dona de mais da metade do mercado de refrigerantes nacional. Por isso, os 20% que a Femsa conquistou na Heineken são estratégicos. É a parceria com a mexicana que permite essa sinergia de distribuição.

Já o futuro da marca Kaiser, que chegou a ser líder no mercado paulista, com mais de 30% de vendas, continua incerto. O que se sabe é que, por pelo menos seis meses, até que o negócio seja totalmente aprovado e fechado, ele continuará sendo produzido. O seja, até o final de julho, de acordo com fontes ligadas à Femsa no Brasil, nada deve mudar.