

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EM GESTÃO E TECNOLOGIA
CAMPUS DE SOROCABA
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

JULIA DE JESUS PESSA

**O MERCADO CERVEJEIRO NO BRASIL: A ANÁLISE EMPREENDIDA PELO
CADE NO CASO INBEV E NA COMPRA DA BRASIL KIRIN PELO GRUPO
HEINEKEN**

Sorocaba
2022

Julia de Jesus Pessa

**O MERCADO CERVEJEIRO NO BRASIL: A ANÁLISE EMPREENDIDA PELO
CADE NO CASO INBEV E NA COMPRA DA BRASIL KIRIN PELO GRUPO
HEINEKEN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Centro de Ciências em Gestão e Tecnologia
da Universidade Federal de São Carlos, *campus*
Sorocaba, para obtenção do título/grau de
bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Mariusa Momenti
Pitelli

Sorocaba
2022

Julia de Jesus, Pessa

O MERCADO CERVEJEIRO NO BRASIL: A ANÁLISE
EMPREENHIDA PELO CADE NO CASO INBEV E NA
COMPRA DA BRASIL KIRIN PELO GRUPO HEINEKEN /
Pessa Julia de Jesus -- 2022.
45f.

TCC (Graduação) - Universidade Federal de São Carlos,
campus Sorocaba, Sorocaba
Orientador (a): Mariusa Momenti Pitelli
Banca Examinadora: Gustavo Pereira da Silva, José
Eduardo de Salles Roselino Junior
Bibliografia

1. 1. O Mercado Cervejeiro no Brasil. 2. 2. Defesa da
Concorrência no Brasil. 3. 3. Análise dos Atos de
Concentração InBev e Heineken. I. Julia de Jesus, Pessa.
II. Título.

Ficha catalográfica desenvolvida pela Secretaria Geral de Informática
(SIn)

DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Bibliotecário responsável: Maria Aparecida de Lourdes Mariano -
CRB/8 6979

FOLHA DE APROVAÇÃO

JULIA DE JESUS PESSA

O MERCADO CERVEJEIRO NO BRASIL: A ANÁLISE EMPREENDIDA PELO CADE
NO CASO INBEV E NA COMPRA DA BRASIL KIRIN PELO GRUPO HEINEKEN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Centro de Ciências em Gestão e Tecnologia da
Universidade Federal de São Carlos, campus
Sorocaba, para obtenção do título de bacharel em
Ciências Econômicas.

Universidade Federal de São Carlos. Sorocaba, 23
de setembro de 2022.

Orientadora

Prof. Dra. Mariusa Momenti Pitelli
Universidade Federal de São Carlos – *campus* Sorocaba

Examinador

Prof. Dr. Gustavo Pereira Silva
Universidade Federal de São Carlos – *campus* Sorocaba

Examinador

Prof. Dr. José Eduardo de Salles Roselino Junior
Universidade Federal de São Carlos – *campus* Sorocaba

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Mônica e Rogério, por todo suporte, emocional, financeiro e pela força que me deram durante os anos de graduação, especialmente durante o período da monografia. Agradeço, especialmente, a minha irmã Isabela, por toda orientação e paciência nessa etapa tão difícil.

Agradeço, também, a minha professora e orientadora Mariusa, que desde o início foi, para mim, um exemplo de docência, comprometimento e empatia. Obrigada por toda a paciência e confiança depositadas durante esse período.

Por fim, agradeço aos colegas e amigos que tive a oportunidade de conhecer durante a graduação, sendo uma importante fonte de força e incentivo.

RESUMO

PESSA, Julia. O Mercado Cervejeiro no Brasil: A análise empreendida pelo Cade no caso Inbev e na compra da Brasil Kirin pelo Grupo Heineken. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Centro de Ciências em Gestão e Tecnologia, Universidade Federal de São Carlos, Sorocaba, 2022.

Fusões e aquisições têm ocorrido no mercado cervejeiro como estratégia de garantir uma maior participação de mercado. Por este e outros motivos, esse mercado se mostra altamente concentrado no Brasil. Ademais, essa concentração pode gerar poder de mercado, podendo abrir espaço para abuso de poder econômico, na qual empresas conseguem prejudicar a livre concorrência por meio de condutas anticompetitivas. Por conta disso, tem-se o papel do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) na manutenção da livre concorrência, sendo responsável por avaliar fusões e aquisições, reprimir condutas anticompetitivas e incentivar estudos e pesquisas sobre o tema. Portanto, o objetivo geral do trabalho é estudar o processo de análise empreendida pelo Cade em dois processos de atos de concentração horizontal (ACs) no mercado cervejeiro: AC que originou a InBev, Ato de Concentração nº 08012.002172/2004-22, e a compra da Brasil Kirin pelo Grupo Heineken, Ato de Concentração nº 08700.001161/2017-91. Verifica-se que o Cade utilizou os Guias de Análise de Atos de Concentração Horizontal de 2001 e 2016, seguindo as etapas previstas nos mesmos. Observa-se, por fim, que o Cade prosseguiu a análise da mesma forma para ambos os casos.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria de cerveja. Concentração Horizontal. Atos de Concentração. Poder de Mercado.

ABSTRACT

Mergers and acquisitions have taken place in the beer market as a strategy to secure greater market share. For this and other reasons, this market is highly concentrated in Brazil. Furthermore, this concentration can generate market power, which can open space for abuse of economic power, in which companies are able to harm free competition through anti-competitive conducts. Because of this, there is the role of the Administrative Council for Economic Defense (Cade) in maintaining free competition, being responsible for evaluating mergers and acquisitions, reprimanding anticompetitive conduct and encouraging studies and research on the subject. Therefore, the general objective of this work is to study the process of analysis undertaken by Cade in two horizontal mergers (ACs) in the beer market: AC that originated InBev, Merger Case 08012.002172/2004-22, and the purchase of Brazil Kirin by the Heineken Group, Merger Case 08700.001161/2017-91. In conclusion, Cade used the 2001 and 2016 Guide for Horizontal Merger Review, following the steps provided for therein. Finally, it is observed that Cade continued the analysis in the same way for both cases.

KEYWORDS: Beer Industry. Horizontal Merger. Mergers and Acquisitions. Market Power.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Modelo estruturalista da Escola de Harvard	14
QUADRO 2 - Composição do segmento industrial de fabricação de bebidas, segundo a CNAE	16
QUADRO 3 - Comparação entre a forma de análise dos ACs 08012.002172/2004-22 (caso InBev) e 08700.001161/2017-91 (caso Heineken).....	39

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Vendas de bebidas alcoólicas no Brasil por categoria (em milhares de hectolitros) 2015-2020.....	16
TABELA 2 - Produção/Ano de cerveja (em milhões de hectolitros).....	17
TABELA 3 - Exportações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2015-2020	18
TABELA 4 - Importações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2015-2020	18
TABELA 5 - Empresas líderes do mercado brasileiros de bebidas alcoólicas (% do Mercado Nacional – em volume).....	20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	13
2.1 ESCOLAS DE HARVARD E CHICAGO	13
2.2 O MERCADO DE CERVEJA NO BRASIL.....	16
2.3 ESTRUTURA DO MERCADO DE CERVEJA BRASILEIRO E SUAS PRINCIPAIS CONDUTAS.....	19
2.4 DEFESA DA CONCORRÊNCIA NO BRASIL	21
2.4.1 Histórico da Defesa da Concorrência no Brasil.....	21
2.4.2. Análise de Atos de Concentração no Brasil	24
3 METODOLOGIA.....	32
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	34
4.1 ATO DE CONCENTRAÇÃO 08012.002172/2004-22: BRACO S.A, AMBEV E INTERBREW	34
4.2 ATO DE CONCENTRAÇÃO 08700.001161/2017-91: BAVARIA S.A E KIRIN HOLDINGS COMPANY	36
4.3 COMPARAÇÃO DA ANÁLISE ENTRE OS DOIS ACS	38
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
REFERÊNCIAS	41

1 INTRODUÇÃO

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CERVBRASIL, 2016), a indústria de cerveja representou 1,6% do PIB nacional em 2015. Além disso, obteve um faturamento de 77 bilhões de reais, com uma produção de 133 milhões de litros. Dados mais recentes apontam que, em 2021, a indústria cervejeira contribuiu com 2,1% de todo o PIB brasileiro (VALOR, 2022).

Essa indústria se mostra muito concentrada, tendo as três maiores produtoras (Ambev, Heineken e Petrópolis) controlando 85,1% do mercado em 2021 (VIANA, 2022).

Operações de fusões e aquisições têm ocorrido no setor, dentre elas, vale destacar a formação da Ambev em 1999, na qual se deu pela fusão de duas empresas já atuantes no mercado, a Companhia Paulista Antártica e a Cervejaria Brahma. Ademais, vale mencionar a aquisição da operação da *Fomento Económico Mexicano* (Femsa) pela Heineken em 2010, assim, passando a controlar marcas como Kaiser, Bavaria, Xingu, Sol e Summer Draft (CERVEJAS, 2010).

Como os processos de atos de concentração afetam a estrutura do mercado, essas operações tendem a contribuir para que a concentração no setor cervejeiro seja elevada. Somado a isso, essa concentração pode gerar poder de mercado, podendo abrir espaço para abuso de poder econômico, na qual empresas conseguem prejudicar a livre concorrência por meio de condutas anticompetitivas.

Cabe ressaltar que, segundo Carlton e Perloff (2015), a realização de operações de fusões e aquisições pode ter como principal motivo o aumento da lucratividade, e essas operações podem resultar na redução da eficiência.

Por conta disso, é importante o papel do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), que tem como missão defender a livre concorrência no mercado, sendo responsável por investigar e decidir, em última instância, sobre a matéria concorrencial (análise de atos de concentração e de condutas anticompetitivas), como também fomentar e disseminar a cultura da livre concorrência (BRASIL, 2016b).

Desta forma, dada a relevância da análise de atos de concentração pelo Cade, a fim de evitar prejuízos concorrenciais por meio do controle de estrutura, neste presente trabalho estuda-se o processo de análise empreendida pelo Cade em dois processos de atos de concentração (ACs) no mercado cervejeiro, que é atualmente concentrado: AC, que originou a InBev, nº 08012.002172/2004-22, e a compra da Brasil Kirin pelo Grupo Heineken, nº

08700.001161/2017-91. Verifica-se como o órgão analisou os dois atos, respondendo, por exemplo, às seguintes perguntas: O Cade utilizou o Guia de análise de atos de concentração horizontal? Procedeu a análise clássica (ou em etapas)? As variáveis consideradas no parecer tiveram a mesma forma de análise?

A hipótese do trabalho é que o Cade utilizou os Guias de Análise de Atos de Concentração Horizontal e seguiu a análise em etapas.

A seguir, apresenta-se a seção 2, que faz uma revisão teórica das Escolas de Harvard e Chicago, e, posteriormente, uma revisão bibliográfica sobre o mercado cervejeiro e a defesa da concorrência no Brasil, assim, contextualizando o atual cenário do mercado, além de discorrer sobre o histórico do Cade e a forma como elabora sua análise dos atos de concentração horizontal. Na seção 3 encontra-se a metodologia utilizada. Na seção 4 estão as discussões referentes à análise dos atos de concentração - objetos de pesquisa - empreendida pelo Cade. Por fim, na seção 5 estão as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

No presente capítulo apresenta-se a revisão teórica acerca das Escolas de Harvard e Chicago, e, posteriormente, um contexto sobre o mercado de cerveja no Brasil, seguido da caracterização sobre sua estrutura e sobre condutas adotadas por seus participantes. Por fim, estuda-se sobre o histórico da defesa da concorrência no Brasil.

2.1 ESCOLAS DE HARVARD E CHICAGO

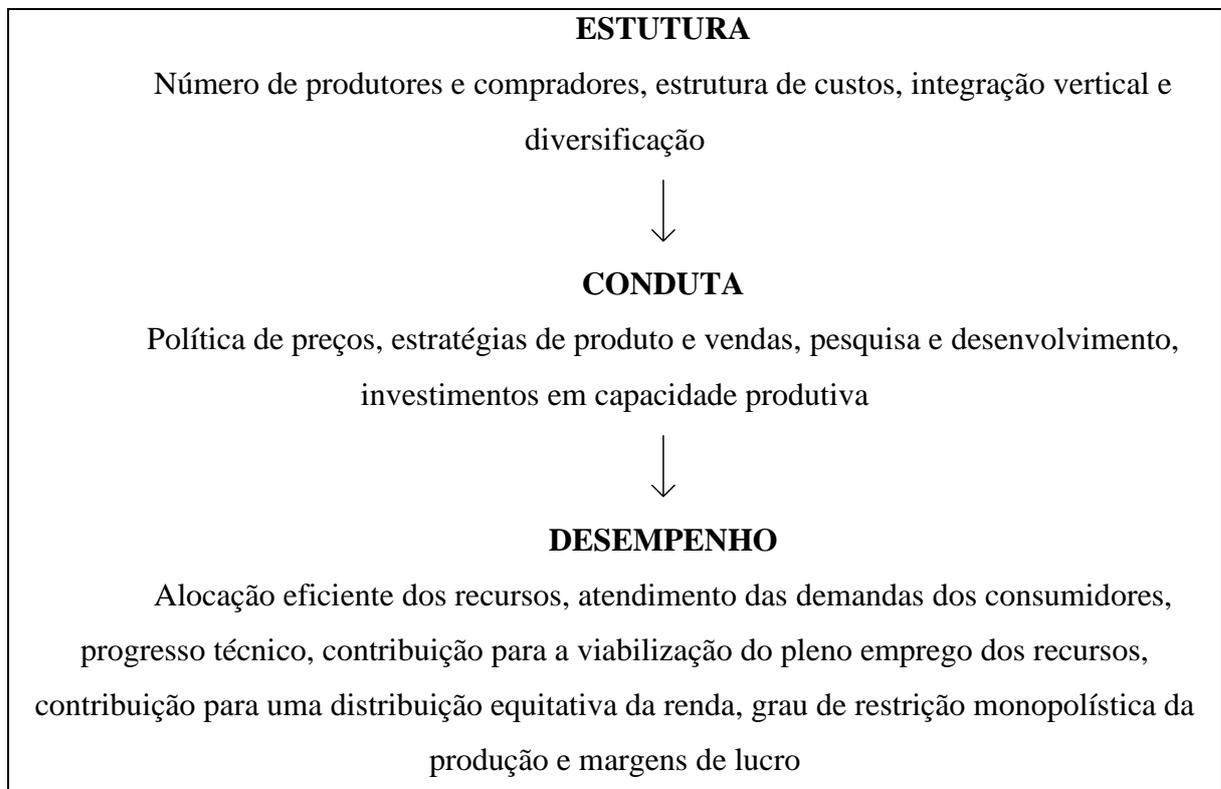
Segundo Church e Ware (2000), uma empresa possui poder de mercado quando é capaz de aumentar seus preços acima do mercado de forma rentável. Isso ocorre quando os consumidores consideram seus produtos não substituíveis.

Mello (2013) ressalta que o poder de mercado não se trata exclusivamente de preços, pois grande parte das condutas anticompetitivas não ocorre via preços. Essa definição é utilizada por ser simples e de fácil aplicação.

A existência de poder de mercado, quando analisada isoladamente, não é considerada uma infração à ordem econômica. Para que isso ocorra, deve haver abuso de poder econômico, na qual empresas conseguem, através do seu poder de mercado, prejudicar a livre concorrência, por meio de condutas anticompetitivas (BRASIL, 2016b).

É possível dizer que a defesa da concorrência teve grande influência do modelo Estrutura-Conduta-Desempenho (ECD), que teve origem nos anos 1930, a partir da Escola de Harvard (FERRAZ, 2014; GAMA; RUIZ, 2007). Resumidamente, o modelo ECD diz que a estrutura de um mercado influencia a conduta das empresas nele presente, que por sua vez determina seu desempenho, conforme pode ser visto no Quadro 1.

QUADRO 1 - Modelo estruturalista da Escola de Harvard



Fonte: GAMA (2005) apud FERRAZ (2014, p.189).

Na concepção harvardiana, o mercado ideal seria aquele que as empresas tenham o menor tamanho possível (FERRAZ, 2014) e, por isso, segundo Possas (1985), a escola toma “a concentração econômica como elemento básico da estrutura [de mercado] e a intensidade das barreiras à entrada como indicador-chave do poder de mercado das empresas oligopolistas” (POSSAS, 1985 apud GAMA; RUIZ, 2007, p. 3).

Os adeptos desta Escola não acreditavam que o mercado era capaz, por si só, de eliminar ou diminuir o poder de mercado da firma dominante, portanto, eles defendiam um firme controle de fusões e aquisições, além da dissolução de grandes firmas (FERRAZ, 2014). A Escola de Harvard defendia a manutenção ou incremento do número de agentes no mercado, pois apenas assim seriam evitadas grandes concentrações, que acabariam por gerar disfunções prejudiciais às relações econômicas (FORGIONI, 2012).

Segundo Ferraz (2014), apesar da aplicação do modelo da Escola de Harvard ser uniforme, ou seja, condenava todas as condutas das empresas dominantes, existem duas desvantagens muito evidentes. A primeira consiste em sua própria uniformidade, pois, ao condenar todas as firmas dominantes de competir no mercado, foram ignorados os benefícios

que poderiam ser estendidos aos consumidores através de seus custos menores. Em segundo lugar, a análise da concentração de mercado é de curto prazo, ou seja, ignora os benefícios que uma empresa dominante pode trazer para o mercado no longo prazo, caso siga competindo.

Mas há também a Escola de Chicago. Segundo Forgioni (2012), a Escola de Chicago não vê a concentração de mercado como necessariamente um mal. Os conceitos dessa corrente se baseiam principalmente no conceito de eficiência alocativa de mercado, na qual se a concentração de mercado está ocorrendo em um ambiente com uma situação de eficiência alocativa ótima, ela não é necessariamente prejudicial ao sistema econômico.

Os grandes nomes dessa Escola, como Robert Bork, Frank Easterbook e Richard Posner, se apoiavam nos pressupostos econômicos advindos da teoria econômica neoclássica. Dessa forma, Ferraz (2014) conclui que a política antitruste da Escola de Chicago era dividida em dois pontos: o primeiro afirmava que a melhor política antitruste que poderia existir era aquela apoiada na teoria do preço do modelo neoclássico; o segundo afirmava que a eficiência econômica deveria ser o único objetivo da aplicação da política antitruste.

Ainda segundo Ferraz (2014), tratando-se de eficiência, economistas utilizam tal termo de diversas formas, sendo as mais comuns a eficiência produtiva e a eficiência alocativa. Para o modelo de Chicago, a eficiência alocativa possui seu destaque: a eficiência alocativa seria aquela que, devido a uma alocação de recursos, os ganhos dos agentes econômicos superam as perdas, sendo essa um desdobramento da ideia de Pareto, na qual consiste na melhor alocação de recursos possíveis, melhorando a situação de um agente, sem que piore a de outro (FERRAZ, 2014).

Entretanto, segundo Ferraz (2014), a teoria desenvolvida pela Escola de Chicago não é sofisticada o suficiente para que sua aplicação seja plausível no mundo real com perfeição. A análise, então, seria estática, enquanto a realidade é dinâmica, composta por inúmeras inovações. Além disso, a aplicabilidade do modelo de Chicago é complexa, não sendo tão óbvia quanto o modelo de Harvard.

Os órgãos de defesa da concorrência de muitos países, inclusive os do Brasil, consideram essas duas escolas, uma vez que “tendem a avaliar não somente os efeitos anticompetitivos na estrutura de mercado (aumento da concentração), como na tradição ECD, mas também os potenciais impactos em termos de ganhos de eficiência” (GAMA; RUIZ, 2007, p.236).

2.2 O MERCADO DE CERVEJA NO BRASIL

De acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), o segmento industrial “Fabricação de Bebidas” é dividido da seguinte forma:

QUADRO 2 - Composição do segmento industrial de fabricação de bebidas, segundo a CNAE

Segmentação	Classes CNAE
Seção	Indústria de Transformação
Divisão	Fabricação de Bebidas
Grupo	Fabricação de Bebidas Alcoólicas
Classe	Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas
	Fabricação de vinho
	Fabricação de malte, cervejas e chopes

Fonte: Elaborado pela autora com base na Comissão Nacional de Classificação (IBGE, 2022).

A indústria de fabricação de bebidas tem se mostrado um importante segmento para a indústria de transformação, tendo seu faturamento em 2019 de R\$137,0 bilhões, equivalente a 1,9% do PIB brasileiro daquele ano (ABIA, 2019). No Brasil, a cerveja tem papel de destaque nessa indústria, sendo responsável por aproximadamente 91,4% das vendas (em hectolitro) de bebidas alcoólicas no país em 2019, como pode ser observado na Tabela 1.

TABELA 1 - Vendas de bebidas alcoólicas no Brasil por categoria (em milhares de hectolitros) 2015-2020

Tipos de Bebidas	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cerveja	13.282.600	12.602.700	12.385.000	12.202.400	12.634.000	10.394.400
Spirits ¹	726.236	712.173	708.221	707.904	712.113	14.960
Vinho	352.200	325.000	316.000	321.900	330.400	111.951
RDTs ² /HS ³	92.137	126.312	129.243	130.891	135.117	534.693
Cidras	15.679	16.060	16.395	16.722	17.046	291.300
Total	14.468.843	13.782.245	13.554.859	13.379.816	13.828.676	11.347.303

Fonte: Euromonitor Internacional (2020, 2021) apud Viana (2020, 2021).

¹ Spirits: Vodca, Whisky, Cachaça, Gin e outros (VIANA, 2020).

² RTDs: consistem em bebidas *ready to drink*, ou seja, são bebidas pré-misturadas e prontas para consumo (VIANA, 2020).

³ HS: bebidas pré-misturadas com teor alcoólico igual ou superior a 15%, combinado com suco ou qualquer outro *soft drink* (VIANA, 2020).

O mercado de cerveja brasileiro teve sua demanda estável durante os anos 1985 a 1995, com exceção de 1992, no qual o poder de compra da população decresceu, pois a renda per capita da população passou por sucessivas quedas, sendo resultado da implementação do Plano Collor, o qual confiscou a poupança de milhares de pessoas, diminuindo a liquidez do mercado (FERRARI, 2008).

Conforme Ferrari (2008), com o Plano Real, em 1994, o poder de compra da população voltou a crescer e a demanda por cerveja aumentou, principalmente pela incorporação de novos consumidores. Com isso, a produção de cerveja chegou a 80 milhões de hectolitros em 1995. Os anos seguintes (1995 a 2005) tiveram seu consumo estagnado, já que entre 1995 e 2004 a produção aumentou apenas 6%, passando de 80 para 85 milhões de hectolitros. Esses dados demonstram uma forte relação entre os incrementos na renda e a demanda de cerveja, evidenciando que esse não é um produto essencial nas cestas dos consumidores.

Em relação à produção, de acordo com a Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2019), de 2005 a 2014 a produção de bebidas alcoólicas cresceu 48% no Brasil. Durante esse mesmo período, a produção de cervejas e cervejas artesanais cresceu 56%. Por outro lado, a produção de vinho cresceu a taxas menores, apenas 17%, conforme dados da FGV.

De acordo com a Tabela 2, o Brasil se encontrava, em 2020, na terceira posição de maior fabricante de cerveja do mundo, com 151 milhões de hectolitros produzidos, ficando atrás somente da China (341 milhões) e dos Estados Unidos (211 milhões). Dados divulgados pela CervBrasil (2016), mostram que, em 2015, a produção de 133 milhões de hectolitros significou um total de R\$77 bilhões em faturamento, equivalente a 1,6% do PIB e 14% da indústria de transformação (CERVBRASIL, 2016).

TABELA 2 - Produção/Ano de cerveja (em milhões de hectolitros)

	1990	2000	2010	2016	2018	2020
China	70.000	220.000	448.304	460.000	380.000	341.110
Estados Unidos	238.997	232.500	228.982	221.353	210.000	211.170
Brasil	58.000	82.600	128.700	133.346	140.000	151.900
México					110.000	126.900
Alemanha	120.161	110.429	95.683	94.957	90.000	87.030
Rússia	-	54.900	102.930	78.200	77.000	79.500

Fonte: elaboração da autora com base em CervBrasil (2016), WorldAtlas (2020) e Statista (2020).

De 2015 a 2020, de acordo com as classes da CNAE, as cervejas e os chopes eram os principais produtos da pauta exportadora brasileira de bebidas alcoólicas, sendo responsáveis por 69,4% do valor exportado em 2020, conforme mostra a Tabela 3.

TABELA 3 - Exportações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2015-2020

Classes CNAE	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas	33.068	22.567	40.252	37.113	33.001	28.704
Fabricação de vinho	8.266	9.585	13.632	13.280	14.978	13.523
Fabricação de malte, cervejas e chopes	93.033	82.185	103.265	92.742	82.549	95.843
Total	134.367	125.337	157.149	143.135	130.528	138.070

Fonte: FUNCEXDATA (2020, 2021) apud Viana (2020, 2021)

Em 2020, destacam-se como os destinos do Brasil na exportação de bebidas alcoólicas o Paraguai, Bolívia, Argentina e Uruguai, além dos Estados Unidos (VIANA, 2021). Viana (2021) aponta que pelo mercado brasileiro ser dominado por multinacionais, o país é um importante abastecedor dos países sul-americanos.

Assim como as exportações, as importações de cervejas e chopes também tiveram destaque de 2015 a 2020, representando um total de 50,6% do valor importado de bebidas alcoólicas em 2020, como pode ser observado na Tabela 4.

TABELA 4 - Importações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2015-2020

Classes CNAE	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas	152.702	114.128	149.483	146.869	156.142	113.193
Fabricação de vinho	294.464	283.829	372.544	377.607	373.757	432.887
Fabricação de malte, cervejas e chopes	467.251	511.751	445.463	451.118	586.181	550.682
Total	914.417	909.709	967.490	975.594	1.116.080	1.087.763

Fonte: FUNCEXDATA (2020, 2021) apud Viana (2020, 2021)

Viana (2021) destaca também os maiores fornecedores de bebidas alcoólicas para o Brasil: vinho (Argentina, Chile, Uruguai, França, Portugal, Itália, Austrália e Estados Unidos), uísque e gin (Reino Unido) e cerveja (Alemanha e Estados Unidos).

Em 2020, com a pandemia da COVID-19, o segmento de bebidas alcoólicas sofreu alterações em sua configuração, principalmente por conta do fechamento do canal chamado *on-trade* (bares, restaurantes, hotéis etc), principal canal de vendas desse mercado, além da suspensão de shows e eventos, devido às medidas de isolamento social adotadas pelo mundo (FIEMA, 2021). Todavia, isso não significou uma diminuição direta do consumo desse segmento; pelo contrário, os níveis de consumo de bebidas alcoólicas durante a pandemia

cresceram, pois, segundo o analista da Euromonitor Rodrigo Mattos, as pessoas estavam em busca de relaxamento e algum tipo de prazer, como também de maior indulgência do consumidor (ALVARENGA, 2021).

Ainda de acordo com Alvarenga (2021), esse tipo de comportamento incentivou o consumo dentro de casa, estimulando o canal *off-trade* (supermercados e *e-commerces*), que teve, em 2020, um salto de 17,6% nas vendas, contra uma queda de 2,2% no canal *on-trade*. Alvarenga (2021) também aponta que, de acordo com a Kantar, uma empresa de dados e evidências do mercado que fornece percepções e recomendações para as empresas, o consumo *indoor* bateu um recorde histórico. O percentual de brasileiros com mais de 18 anos que bebeu cerveja dentro de casa saltou de 64,6% em 2019, para 68,6% em 2020 (ALVARENGA, 2021).

Dessa forma, pode-se dizer que a pandemia trouxe uma nova dinâmica do mercado brasileiro de bebidas alcoólicas, sendo consolidados em três pontos: (1) parte dos consumidores, em especial os de baixa renda, passou a diminuir a frequência de consumo de alguns produtos, além de optar por marcas mais baratas em algumas ocasiões; (2) os consumidores passaram a beber em menor quantidade optando por bebidas de melhor qualidade; (3) os consumidores optaram por consumir bebidas alcoólicas com mais frequência em casa, e não mais em bares (VIANA, 2021).

2.3 ESTRUTURA DO MERCADO DE CERVEJA BRASILEIRO E SUAS PRINCIPAIS CONDUZAS

O mercado mundial de cerveja demonstra ser concentrado, com poucas companhias controlando grande parte do total do *market share*. A belga Anheuser-Busch InBev representou 31,4% do total da produção mundial de cerveja, em 2017. No mesmo ano, a holandesa Heineken controlou 11,2% da produção mundial de cerveja (STATISTA, 2021).

O mercado de cerveja brasileiro não é diferente, visto que as três maiores cervejarias do país (Ambev, Heineken e Petrópolis) concentraram 87,5% do mercado de cerveja brasileiro em 2019, com uma participação elevada da InBev, conforme pode ser visto na Tabela 5.

TABELA 5 - Empresas líderes do mercado brasileiros de bebidas alcoólicas (% do Mercado Nacional – em volume).

Empresa ou Grupo Empresarial	2019 (%)	2021 (%)
Anheuser-Busch Inbev	57,8	57,3
Heineken NV	17,9	16,8
Cervejaria Petrópolis S/A	11,8	11,0
Cia Muller de Bebidas Ltda	0,8	
Diageo Plc	0,8	
Indústrias Reunidas de Bebidas Tatuinho/3 Fazendas Ltda	0,5	
Engarrafamento Pitú Ltda	0,4	
Campari Milano SpA, Davide	0,3	
Arbor Brasil Indústria de Bebidas Ltda	0,3	
Pernord Ricard Groupe	0,3	
Outros	9,1	14,9

Fonte: Elaborado pela autora com base em Viana (2020, 2022).

Ressalta-se que, segundo o próprio site da fabricante (SOBRE, 2022), a Ambev foi criada em 1999, com a fusão entre a Companhia Antarctica Paulista e a Manufatura de Cerveja Brahma & Vileger & Companhia, ambas fundadas em 1888. Atualmente, é a companhia que detém maior *market share* no mercado brasileiro, com 57,3% em 2021 (VIANA, 2022), possuindo 32 cervejarias e duas maltarias no Brasil, além de estar presente em 19 países (SOBRE, 2022).

A Heineken, sua maior concorrente dentro e fora do Brasil, começou sua história no mercado brasileiro por meio da aquisição da divisão de cervejas da Fomento Económico Mexicano (FEMSA) em 2010, até então dona das marcas Kaiser e Bavaria (MOREIRA, 2014). Porém, foi apenas em 2017, com a aquisição da Brasil Kirin, controlada pelo grupo japonês Kirin Holdings Company, trazendo para o portfólio cervejas nacionais, como Baden Baden, Schin, Devassa e Glacial, que a companhia se tornou a segunda maior empresa no mercado de cerveja brasileiro, com 16,8% de *market share* em 2021 (VIANA, 2022).

A fim de manter-se relevante e atrair cada vez mais consumidores, as empresas, cada vez mais, empregam seus esforços em uma estratégia de *marketing* maciça, com técnicas de *merchandising*, material promocional, posicionamento de preço, comunicação com o consumidor, com o intuito de criar o sentimento de lealdade em seus consumidores, além da introdução de um novo produto (MARTINS *et al.*, 2015). É o caso da marca Polar Export, que através de adaptações culturais, com forte apelo à cultura gaúcha, busca a retenção de cada vez mais consumidores (MOREIRA, 2014).

Outra grande estratégia é a aquisição de pequenas e médias cervejarias para garantir a diferenciação do produto e atingir diferentes nichos da população, como é o caso da catarinense

Eisenbahn, da paulista Baden Baden e da carioca Devassa, adquiridas pela Schincariol entre 2007 e 2010 (MOREIRA, 2014).

Vale mencionar casos em que empresas utilizam condutas anticompetitivas, a fim de fidelizar mais clientes. Um caso muito evidenciado no mercado cervejeiro, que teve uma das maiores multas já aplicadas pelo Cade, foi um que envolveu a Ambev. Em 2009, a cervejaria foi multada em 350 milhões de reais por indução a exclusividade de suas marcas nos pontos de venda através de programas de fidelização, o então “Tô Contigo”, iniciado em 2003. Suas ações consistiam em descontos nas aquisições dos produtos da Ambev e outros benefícios aos pontos de venda (PDV) em troca de exclusividade ou de redução na comercialização de concorrentes (BRASIL, 2013). Além da multa milionária, a empresa foi obrigada a suspender as exigências de exclusividade ou de restrições aos concorrentes (CADE, 2009; AS5, 2016).

Dessa forma, operações de fusões e aquisições, bem como estratégias anticompetitivas, podem ser adotadas por empresas do setor para expandir seu poder de mercado, o que torna relevante o papel da defesa da concorrência no Brasil, apresentado na seção seguinte.

2.4 DEFESA DA CONCORRÊNCIA NO BRASIL

2.4.1 Histórico da Defesa da Concorrência no Brasil

Empresas que competem entre si buscam ofertar produtos de melhor qualidade a preço mais baixo. A concorrência estimula a inovação e aumenta a eficiência, além da produtividade. Para manter a livre concorrência, os governos dos países passaram a dar mais atenção para a defesa da concorrência como forma de combater cartéis e trustes, por exemplo, que afetam o bem-estar da sociedade (BRASIL, 2013).

Segundo Mello (2013):

Uma política de defesa da concorrência tem por finalidade garantir a existência de condições de competição, preservando ou estimulando a formação de ambientes competitivos com vistas a induzir, se possível, maior eficiência econômica como resultado do funcionamento dos mercados (MELLO, 2013, p. 285).

Segundo Brasil (2013), a defesa da livre concorrência no Brasil veio acompanhada da liberalização da economia que se deu gradualmente ao longo dos anos. Nos anos 1930, estudiosos destacam a forte presença do Estado na economia, principalmente, devido à crise de 1929, na qual os meios de produção se viram mais necessitados de uma intervenção estatal.

De acordo com Brasil (2013), criado em 22 de junho de 1945, o Decreto-Lei 7.666 garantiu ao Brasil uma legislação voltada ao combate da concentração econômica e aos abusos de poder econômico. Com ele foi criada a Comissão Administrativa da Defesa Econômica, vinculada ao chefe do Poder Executivo, com funções de autorizar ou impedir fusões, agrupamentos ou transformações de empresas nos setores da economia. Esse decreto ficou conhecido como a semente do processo da implantação de legislação antitruste brasileira, e foi capaz de fomentar o debate sobre o combate do abuso do poder econômico, sendo pela primeira vez citado em um texto constitucional, da Carta de 1946 (BRASIL, 2013):

A lei reprimirá a toda e qualquer forma de abuso do poder econômico, inclusive as uniões ou agrupamentos de empresas individuais ou sociais, seja qual for a natureza, que tenham por fim dominar os mercados nacionais, eliminar a concorrência e aumentar arbitrariamente os lucros (BRASIL, 2013, p.38).

Foi em 1962, com a Lei nº 4.137/62, que o Cade passou de comissão para conselho, integrando a estrutura do Poder Judiciário Brasileiro (BRASIL, 2013), sendo responsável pela apuração e repressão de abusos econômicos (FORGIONI, 2012).

Ao longo dos anos 1960 até 1980, o Cade encontrou diversas barreiras para sua atuação devido à presença de um ambiente econômico fortemente comandado pelo Estado, a exemplo do controle de preços instituído na época (BRASIL, 2013; IPEA, 2009).

Com a Constituição de 1988, um novo ambiente institucional foi criado, possibilitando a livre concorrência e a proteção do consumidor (IPEA, 2009).

Segundo Brasil (2013), em 1991, com a implementação da Lei nº 8.158, foi criada a Secretaria Nacional de Direito Econômico (SNDE), vinculada ao Ministério da Justiça, com função de apurar e propor as medidas cabíveis àqueles que perturbassem ou afetassem os mecanismos de formação de preço, livre concorrência, liberdade de iniciativa ou os princípios constitucionais da ordem econômica. Além disso, atribuiu ao Cade a responsabilidade de analisar atos de concentração das empresas (CARVALHO, 2013; CARVALHO; LIMA, 2012). Dessa forma, o Cade e a SNDE passaram a atuar de forma conjunta, sendo o primeiro responsável pelos julgamentos, e a segunda pela instrução dos processos (BRASIL, 2013).

Com a Lei nº 8.884, de 1994, segundo Brasil (2016a), o Cade foi transformado em uma autarquia vinculada ao Ministério da Justiça, passando a ser responsável por julgar os processos administrativos relacionados a condutas anticompetitivas e apreciar os atos de concentração submetidos à sua aprovação. A SNDE passou a ser denominada Secretaria de Direito Econômico (SDE), com responsabilidade de instruir a análise concorrencial dos atos de concentração e por investigar infrações à ordem econômica. Em 1º de janeiro de 1995 foi criada

a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE), sendo responsável por elaborar pareceres econômicos sobre atos de concentração e sobre condutas anticoncorrenciais investigadas. Assim, o Cade, a SDE e a SEAE formavam o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) (CARVALHO, 2013; BRASIL, 2013; CARVALHO; LIMA, 2012).

Segundo Brasil (2013), foi ainda em 1994 que se tornou obrigatória a notificação ao sistema de operações dos novos atos de concentração que envolvessem empresas ou grupos empresariais com faturamento igual ou superior a R\$400 milhões ou que resultassem em uma concentração do mercado relevante de 20% ou mais.

Em 2011, a partir da promulgação da Lei nº 12.529, o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência foi reorganizado: a SEAE passou a ter função de promover a advocacia da concorrência; já a SDE foi extinta, tendo suas atribuições absorvidas pelo novo Cade (CARVALHO; LIMA, 2012).

O Cade foi o órgão que sofreu as maiores alterações, sendo agora composto pela Superintendência-Geral, pelo Departamento de Estudos Econômicos e pelo Tribunal Administrativo da Defesa Econômica (CARVALHO, 2013). Nessa nova estrutura, o Cade passa a ser a única agência responsável pela análise de fusões e aquisições, pelas investigações de casos de condutas anticompetitivas e pelo julgamento dos casos (CARVALHO; LIMA, 2012).

No que diz respeito à Superintendência-Geral (SG), o órgão assumiu as antigas funções da SDE e passou a analisar e decidir sobre casos de condutas anticompetitivas e atos de concentração, contanto que não houvesse a necessidade de aplicação de restrições concorrenciais. Por outro lado, em casos de atos de concentração que tiverem algum tipo de restrição, o parecer da SG tem caráter opinativo, portanto, o Tribunal Administrativo de Defesa Econômica é quem atua na decisão final (BRASIL, 2011).

Ao Departamento de Estudos Econômicos compete elaborar as análises e pareceres para embasar a atividade do Cade (FORGIONI, 2012), além de auxiliar nas investigações da Superintendência-Geral e nas decisões do Tribunal no que diz respeito aos casos de conduta e controle de atos de concentração (CARVALHO, 2013).

Já o Tribunal Administrativo de Defesa Econômica atua sendo responsável pelo julgamento em última instância administrativa dos casos de conduta anticompetitivas e julgamento dos atos de concentração em rito ordinário ou rito sumário (possibilidade de avocação de ACs aprovados pela SG) (BRASIL, 2011; CARVALHO, 2013; BRASIL, 2016a).

Além das mudanças estruturais, a nova Lei da defesa da concorrência também alterou a forma de notificação de atos de concentração. Com a Lei nº 8.884/94, essa notificação acontecia

de forma a posteriori, na qual a empresa poderia notificar a operação em até 15 dias após a conclusão da concentração (CARVALHO, 2013). A partir da Lei nº 12.529/11, passou-se a exigir a notificação a priori, ou seja, o ato somente pode ser concluído após pronunciamento do Cade. Com isso, as empresas passaram a ter incentivo para apresentar todas as informações necessárias de forma mais detalhada e correta, pois assim contribuiria para um julgamento mais rápido e eficiente dos casos (BRASIL, 2013).

No que diz respeito às suas funções, o Cade, atualmente, possui três, que são definidas pela nova Lei nº 12.529: preventiva, repressiva e educativa. Segundo o consta no site do Cade (BRASIL, 2022a), a função preventiva diz respeito a analisar e decidir sobre atos de concentração econômica que possam colocar em risco a livre concorrência. A função repressiva tem como objetivo investigar e julgar condutas que possam prejudicar a livre concorrência. Por fim, a função educativa tem como premissa instruir o público sobre condutas anticompetitivas; também objetiva estimular estudos e pesquisas acadêmicas sobre o tema, por exemplo.

2.4.2. Análise de Atos de Concentração no Brasil

Como o presente estudo aborda dois atos de concentração, em que um foi notificado na antiga lei e outro notificado na nova lei de defesa da concorrência, os aspectos sobre a análise desses atos são apresentados para as duas leis.

De acordo com a atual lei de defesa da concorrência (Lei nº 12.529/2011):

Os atos de concentração são as fusões de duas ou mais empresas anteriormente independentes; as aquisições de controle ou de partes de uma ou mais empresas por outras; as incorporações de uma ou mais empresas por outras; ou, ainda, a celebração de contrato associativo, consórcio ou *joint venture* entre duas ou mais empresas (BRASIL, 2022b, n.p).

Essas fusões e aquisições podem ser classificadas como concentração vertical, horizontal ou em conglomerados. Segundo Carlton e Perloff (2015), a concentração vertical (ou integração vertical) ocorre quando há fusão ou aquisição de uma firma com seu fornecedor. Ainda segundo os autores, a concentração horizontal ocorre quando há fusão ou aquisição entre empresas competidoras; e a concentração em conglomerado ocorre quando há fusão ou aquisição entre empresas não correlacionadas.

De acordo com Brasil (2001), tais atos de concentração podem gerar efeitos positivos ou negativos sobre o bem-estar econômico. A diminuição do número de participantes no mercado, a partir de um ato de concentração, pode facilitar a adoção de condutas

anticompetitivas, como o aumento de preços, a redução da qualidade e da variedade ou redução das inovações. Porém, quando há vantagens competitivas para as empresas participantes do ato de concentração - como economia de escala - pode ocorrer o aumento do bem-estar econômico (BRASIL, 2001).

Portanto, de forma geral, não é possível definir a priori se as concentrações afetam de forma positiva ou negativa o bem-estar da sociedade, sendo necessário, como último passo conclusivo, avaliar os efeitos líquidos em termos de eficiência do ato ou conduta analisados (BRASIL, 2001; MELLO, 2013).

Para a Lei 8.884/1994, conhecida como antiga lei, o SBDC funcionava da seguinte forma: o processo começava na SDE, que era encarregada de analisar atos de concentração e analisar denúncias de infrações da ordem econômica. Os atos deviam ser informados pelas empresas envolvidas, podendo ser em até 15 dias úteis após sua realização, enquanto as denúncias podiam ser feitas por consumidores ou empresas. Os atos de concentração deveriam ser enviados em três vias à SDE, que repassa uma para o Cade e outra à SEAE. Após a notificação, a SEAE deve fazer uma análise dos aspectos econômicos do processo e emitir seu parecer técnico em até 30 dias, seguido do parecer da SDE, que pode levar mais 30 dias. Ao final, os dois órgãos enviam seus pareceres ao Cade para julgamento final, no qual o Conselheiro-Relator pode ou não seguir a recomendação feita pela Secretaria, tendo o prazo de até 60 dias para divulgar sua decisão (JALORETTO, 2012; BRASIL, 2001).

Já para a Lei 12.529/2011, com a reestruturação do SBDC, a análise de um AC ou de infrações da ordem econômica segue o seguinte caminho: a instrução processual preliminar será feita pela SG, absorvendo as funções da antiga SDE. Em seu art. 54, a própria SG pode emitir parecer final, se julgar não ser necessária mais nenhuma investigação, ou caso entenda que não há potencial risco à concorrência, ou seja, quando o caso pode ser aprovado sem restrições. Caso a Superintendência julgue serem necessárias maiores investigações, ou ainda, caso as empresas envolvidas recorram à decisão, esse AC é encaminhado ao Tribunal. Para essa lei, a notificação de um AC deve ser prévia à consumação da operação, assim garantindo que a operação só produzirá efeitos no mercado após sua aprovação pela autoridade antitruste (JALORETTO, 2012).

É importante ressaltar que os Guias para a análise de atos de concentração horizontal foram feitos para auxiliar os órgãos de defesa da concorrência na análise de atos de concentração, sendo o primeiro Guia publicado em 2001 e o segundo Guia em 2016. Nesse sentido, para esclarecimento de sua função, consta no Guia de 2001:

Necessidade de serem estabelecidos princípios comuns, para a sistematização e o aprofundamento da análise de atos de concentração econômica horizontal, de forma a proporcionar maior segurança jurídica aos agentes privados, bem como transparência e celeridade aos respectivos procedimentos administrativos (BRASIL, 2001, pg. 1).

Bem como no Guia de 2016 (BRASIL, 2016a, p.7):

- (i) Dotar de maior transparência a análise empreendida pelo Cade;
- (ii) Orientar os membros do Cade a empregar as melhores práticas de análise econômica de ACs que produzam concentração horizontal; e
- (iii) Auxiliar os agentes de mercado a compreender as etapas, técnicas e critérios adotados nas análises realizadas pelo Cade.

O Guia de 2001 (BRASIL, 2001), apresenta cinco etapas de análise: definição do mercado relevante; determinação da parcela do mercado sob controle das empresas requerentes; exame da probabilidade de exercício de poder de mercado; exame das eficiências econômicas geradas pelos atos; e avaliação dos efeitos líquidos do ato. Ao final do Guia, é definido o conceito de medidas estruturais e não estruturais, em caso de um AC ser aprovado com restrições.

Ao longo do Guia de 2001 (BRASIL, 2001), as definições das etapas são dispostas em itens, sendo que a definição de mercado relevante abrange os itens 28 a 33, a determinação da parcela de mercado abrange do 34 ao 38, o exame da probabilidade de exercício de poder de mercado abrange os itens 39 a 69. Por último, a avaliação dos efeitos líquidos do ato está detalhada nos itens 74 a 88.

Já o Guia de 2016 – Guia H – tem como foco a Lei 12.529/2011, que reestruturou o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, estando alinhada com práticas antitruste adotadas em jurisdições como a norte-americana e a europeia (BRASIL, 2016a). Assim como o Guia anterior, de 2001, o de 2016 refere-se exclusivamente aos atos de concentração horizontais e é importante ressaltar que a metodologia apresentada nos Guias não possui caráter obrigatório ou vinculante, nem busca exaurir todos os métodos possíveis de análise.

O Guia atual também pode ser dividido em 5 etapas: definição do mercado relevante; análise do nível de concentração horizontal; avaliação da probabilidade do uso de poder de mercado por meio de maior concentração na operação; avaliação do poder de compra existente no mercado ou criado pela operação; e a ponderação das eficiências econômicas advindas do ato de concentração (BRASIL, 2016a).

Ao longo do texto do Guia de 2016, são dispostos capítulos para alinhar a origem das informações usadas na análise (podendo ser proveniente das próprias empresas requerentes, de consumidores, ou de outros agentes), conceito de definição e dimensão do mercado relevante, o nível de concentração do mercado em estudo, os efeitos unilaterais (análise de entrada, análise de rivalidade e análise de portfólio), poder de compra das empresas em análise, e os efeitos coordenados que um AC pode gerar. Além disso, dispõe também de métodos complementares e alternativos de análise, sendo eles: análise contrafactual, uso de simulações e outros fatores de análise.

Em linhas gerais, as etapas analisadas nos dois Guias seguem a mesma lógica. A começar pela definição de mercado relevante, deve-se pontuar que é de extrema importância para a análise dos casos que chegam ao Cade, uma vez que se trata de um espaço onde o poder de mercado pode ser exercido. Assim, para se caracterizar a possibilidade de exercício de poder de mercado, primeiramente é necessário que se defina qual mercado relevante é afetado por um ato de concentração ou por uma conduta para, em seguida, inferir-se se neste mercado existe a probabilidade de exercício abusivo desse poder (BRASIL, 2016b).

Conforme norteia Messeder (2012), o mercado relevante é definido como:

O menor espaço econômico, em termos de produto, e geográfico, no qual o poder de mercado é possível de ser exercido por uma firma atuando de forma isolada ou grupo de empresas agindo de forma coordenada, durante um certo período (MESSEDER, 2012, não paginado).

A importância do mercado relevante (MR), segundo Gama e Ruiz (2007), consiste no fato da sua definição condicionar os resultados das etapas seguintes de avaliação do poder de mercado. Se a definição acabar sendo menor do que o tamanho real, serão constatadas participações relativamente maiores e, portanto, será detectado maior poder de mercado do que efetivamente existe. Como consequência, a política antitruste será mais severa do que o desejável, e o inverso ocorre caso o mercado relevante seja muito amplo. Para que essa delimitação seja feita de forma correta, é necessário considerar tanto a substitutibilidade da demanda como a da oferta (GAMA; RUIZ, 2007). Vale destacar que o Guia de 2001 não menciona nenhuma das duas substitutibilidades e o Guia de 2016 discorre sobre os dois aspectos.

A substitutibilidade da demanda considera a permuta entre produtos do ponto de vista do consumidor, possuindo, por exemplo, as dimensões produto e a geográfica. Na dimensão do produto, a elasticidade da demanda depende essencialmente da substitutibilidade do produto pelos compradores. Dessa forma, deve haver uma alta substitutibilidade dos produtos

considerados dentro do mercado, e ao mesmo tempo, uma baixa substitutibilidade destes em relação aos produtos considerados fora do mercado. (GAMA; RUIZ, 2007; MELLO, 2013).

Já na dimensão geográfica, para a delimitação do mercado relevante, segundo esse critério, deve-se considerar que um aumento de preço em uma região afeta substancialmente o preço em uma outra região. Nesse caso, ambas as regiões fariam parte do mercado. Esse processo deve ser repetido até que os ofertantes da última área delimitada tomem suas decisões com relação ao preço sem se preocupar com efeitos que causarão na nova área. Dessa forma, o mercado pode ser regional, nacional ou internacional (GAMA; RUIZ, 2007).

Já a substitutibilidade da oferta também deve ser levada em conta para a determinação dos participantes desse mercado, na qual se relaciona à capacidade e disponibilidade de outras empresas começarem a ofertar o produto em análise no MR já definido após um “pequeno, porém significativo e não transitório aumento de preços” e em um curto espaço de tempo. (BRASIL, 2016a; GAMA; RUIZ, 2007).

Em ambos os Guias, é considerado o teste do monopolista hipotético⁴ como instrumento de auxílio para definir o tamanho do mercado relevante.

Posteriormente analisa-se a o nível de concentração através da mensuração da participação de mercado dos produtores. No Guia de 2001, são apresentados 2 critérios para definir se há concentração de mercado, e em caso positivo, se o exercício ocorre de forma unilateral ou coordenado. A SEAE e a SDE consideram que o exercício de poder de mercado unilateral é viabilizado caso a concentração gerar participação igual ou superior a 20% do mercado relevante. Ainda, consideram que para viabilizar o exercício de forma coordenada, a concentração deve levar à soma das participações de mercado das quatro maiores empresas (C₄)⁵ ser igual ou superior a 75%, e ainda que a nova empresa a ser formada fique com participação igual ou superior a 10% do mercado relevante.

Já no Guia de 2016, apresenta-se o índice Herfindahl-Hirschman (HHI). O cálculo desse índice é feito através do somatório do quadrado das participações de mercado de todas as empresas de um dado mercado. O HHI pode chegar até 10.000 pontos, valor no qual constata-se que o mercado é um monopólio, ou seja, uma única empresa detém 100% do mercado (BRASIL, 2016a). O Guia (BRASIL, 2016a, p.25), ainda, compreende que:

⁴ O teste do monopolista hipotético consiste em definir o menor grupo de produtos e a menor área geográfica necessária para que um ofertante único e hipotético possa impor um pequeno mas significativo aumento de preço (SSNIP), ao passo que avalia a reação de um consumidor hipotético frente a esse hipotético aumento de preços (BRASIL, 2016a).

⁵ Resende e Boff (2013, p.57) definem: “a razão de concentração de ordem k é um índice positivo que fornece a parcela de mercado das maiores empresas da indústria”. Dessa forma, o C₄ define a concentração das quatro maiores empresas do mercado.

- a) Variações de HHI abaixo de 100 pontos provavelmente não geram efeitos competitivos e não há necessidade de seguir com maiores análises;
- b) Se o mercado, após o AC, permanecer com HHI inferior a 1.500 pontos, não há necessidade de uma análise mais detalhada;
- c) Se o mercado, após o AC, ficar com HHI entre 1.500 e 2.500, e, se sua variação for maior que 100 pontos, a operação pode gerar preocupações concorrenciais, sendo recomendada uma análise mais detalhada;
- d) Operações que resultem em HHI maior que 2.500 pontos, e envolvam uma variação entre 100 e 200 pontos, pode gerar preocupações concorrenciais, sendo recomendada uma análise mais detalhada;
- e) Operações que resultem em HHI maior que 2.500 pontos, e envolvam uma variação maior que 200 pontos presumivelmente geram aumento de poder de mercado, na qual essa presunção só poderá ser refutada se apresentadas evidências contrárias.

A partir dessa determinação da concentração do mercado, estuda-se a probabilidade de determinada exercer poder de mercado ou não, pois uma empresa resultante do AC não necessariamente exercerá poder de mercado de forma unilateral, mesmo que envolva uma parcela considerável do mercado (BRASIL, 2016a). Para avaliar essa probabilidade, analisa-se as seguintes condições de mercado no Guia de 2001: importações, barreiras e condições de entrada, efetividade da rivalidade, outros fatores que favorecem a coordenação existentes. Já no Guia de 2016 são analisadas: condições e barreiras à entrada, a efetividade da rivalidade e o poder de portfólio.

Segundo o Guia de 2001 (BRASIL, 2001) “as importações e a possibilidade de importar são fatores que inibem o exercício de poder de mercado”, ou seja, quanto maior for o número de importações, menor a probabilidade de que o poder de mercado seja exercido. No Guia, considera-se que se as importações forem equivalentes dentro do período de um ano, a pelo menos 30% do consumo aparente⁶, elas são suficientes para evitar o exercício de poder de mercado. Ressalta-se que esse critério não está presente no Guia de 2016.

A possibilidade de entrada de novos competidores é um outro fator que inibe a probabilidade do exercício de poder de mercado. Será considerado improvável o exercício quando a entrada for provável, tempestiva e suficiente (BRASIL, 2001). Nessa análise, a SEAE e a SDE levam em consideração as atitudes que uma empresa que deseje entrar no mercado

⁶ Consumo aparente = produção total + importações – exportações (BRASIL, 2001).

deve adotar. Define-se como provável quando for economicamente lucrativa à preços pré-concentração e se for possível assegurar esses preços pelo possível entrante (BRASIL, 2001). A avaliação da tempestividade da entrada ocorre de forma a examinar se a nova empresa tem condições de estar em completo e adequado funcionamento antes de dois anos, o que inclui planejamento, desenho do produto, estudo de mercado, obtenção de licenças e permissões, construção e operação da planta, promoção e distribuição do produto (BRASIL, 2016a; BRASIL, 2001). Por fim, define-se como entrada suficiente quando o potencial entrante é capaz de inibir uma diminuição da concorrência pós fusão (BRASIL, 2016a).

Com relação às barreiras à entrada, define-se como qualquer fator que coloque um potencial entrante no mercado em desvantagem em comparação com agentes econômicos já estabelecidos. Essas barreiras possibilitam às empresas já instaladas no mercado a manutenção dos preços em altos níveis e dificultando a entrada de novas concorrentes (BRASIL, 2016a), ou seja, as barreiras possibilitam a manutenção do poder de mercado no longo prazo (CHURCH; WARE, 2000). Dessa forma, quanto mais elevadas são as barreiras, menor é a probabilidade de entrada nesse mercado (BRASIL, 2016a). Em ambos os Guias, definem-se da mesma forma os fatores que são considerados importantes barreiras à entrada: (a) custos irrecuperáveis; (b) barreiras legais ou regulatórias; (c) recursos de propriedade exclusiva das empresas instaladas; (d) economias de escala e/ou de escopo; (e) o grau de integração da cadeia produtiva; (f) a fidelidade dos consumidores às marcas estabelecidas; e (g) a ameaça de reação dos competidores instalados (BRASIL, 2001; BRASIL 2016a).

Sobre a efetividade da rivalidade, ambos os Guias pontuam que se as demais empresas do mercado tiverem capacidade de concorrer com a empresa resultado do AC, em termos de capacidade tecnológica, níveis competitivos de custos e preços, qualidade do produto, menos provável o exercício de poder de mercado adquirido (BRASIL, 2016a).

O Guia de 2016 também aborda sobre como o poder de portfólio pode garantir uso do poder de mercado pela empresa resultante do AC. Empresas que detém portfólios extensos são capazes de diminuir os custos do cliente, já que possui diversos tipos de produtos e marcas, assim, diminui a probabilidade do acesso das concorrentes menores ao mercado, pois isso resultaria em maiores custos para o cliente (BRASIL, 2016a).

Finalizando as etapas, ponderam-se os ganhos de eficiência dos ACs com seus efeitos negativos, ou seja, avalia-se o efeito líquido da concentração sobre o mercado. Para isso, compara-se os custos econômicos com as possíveis eficiências econômicas. Essa etapa está presente em ambos os Guias.

Por fim, nas conclusões finais, ambos do Guias discorrem sobre as possíveis conclusões que o Cade pode tomar: aprovação sem restrições no caso em que os benefícios forem superiores aos prejuízos da eliminação da concorrência; aprovação com restrições no caso em que os benefícios não são superiores aos prejuízos, mas que uma restrição (medidas estruturais ou comportamentais) imposta pode restaurar o bem-estar dos consumidores e a eficiência econômica; reprovação no caso em que nenhuma restrição é capaz de reduzir o dano da eliminação da concorrência (BRASIL, 2016a).

Nas aprovações com restrições, o Cade poderá utilizar de medidas estruturais e/ou comportamentais. A primeira visa restabelecer a dinâmica concorrencial, eliminando a necessidade de controles futuros, como alienação de ativos, tais como venda de marcas ou fábricas e a quebra de patentes (BRASIL, 2001; BRASIL, 2016a). Já a segunda consiste em atingir o mesmo objetivo, porém através de intervenções e compromissos assumidos pelas partes envolvidas em não abusar de certos ativos disponíveis (BRASIL, 2016a).

3 METODOLOGIA

O presente trabalho toma como condutor da análise dos atos de concentração o trabalho de Gama e Ruiz (2007), os Cadernos do Cade (disponível para vários mercados) e os Guias de 2001 e 2016 de análise de atos de concentração horizontal, que é elaborado pelos órgãos de defesa da concorrência no Brasil⁷. Os atos de concentração considerados no presente estudo são o AC nº 08012.002172/2004-22, relativo entre as empresas Ambev e Interbrew, e o AC nº 08700.001161/2017-91, entre Brasil Kirin e Bavaria, e, conseqüentemente, pelo Grupo Heineken. Ressalta-se que ambos os atos de concentração foram aprovados sem restrições pelo Cade.

Justifica-se a escolha desses atos pelo fato do primeiro AC (InBev) ser importante para a consolidação da atual AB InBev no mercado exterior, e, também, por estar no período que já existia o Guia de 2001, e o segundo AC por consolidar a posição da Heineken (segunda maior cervejaria) no mercado nacional.

Para o primeiro ato de concentração, que foi submetido e analisado na antiga lei de defesa da concorrência, Lei nº 8.884 de 1994, considera-se o voto do Conselheiro-Relator para análise de decisão do Cade e caso faça referência ao parecer da SEAE e/ou SDE, estes também serão considerados. Essa forma de análise foi empreendida por Gama e Ruiz (2007), considerando que:

As decisões do CADE são proferidas por um colegiado composto por um presidente e seis conselheiros. Para cada processo, um conselheiro é escolhido, através de sorteio, para fazer o relatório sobre o caso. Esse relatório utiliza como referência, total ou parcialmente, os pareceres da SEAE, SDE, da Procuradoria do CADE e do Ministério Público, quando existentes, e demais pareceres externos, quando contratados pelas partes. O conselheiro-relator justifica argumentativamente o seu voto, que poderá ser acatado ou não pelos outros conselheiros. É esse voto, e seu respectivo relatório, que usamos como referência para o estudo a ser apresentado (GAMA; RUIZ, 2007, p.243-244).

Já o segundo ato de concentração, que foi submetido e analisado na atual lei de defesa da concorrência, Lei nº 12.529 de 2011, utiliza-se o parecer elaborado pela Superintendência Geral (SG), disponível no site do Cade, uma vez que:

Quando o parecer da Superintendência-Geral em um ato de concentração recomenda a aprovação sem restrições, e não há avocação por um dos conselheiros (caso haja discordância da análise da SG), considera-se que a decisão final do Cade é pela aprovação. Em caso de aprovação com restrições ou de reprovação, o parecer da SG

⁷ Vale destacar que há trabalhos na literatura que já abordaram sobre operações de fusões e aquisições no mercado cervejeiro, dentre eles o de FIGUEIRA (2014) e MONTEIRO, MACHADO, PEREIRA (2005).

tem caráter opinativo, e a decisão final cabe ao Tribunal Administrativo (BRASIL, 2022a, n.p).

Para o processo de verificação da análise empreendida pelo Cade nesses processos, consideram-se os Guias de análise de atos de concentração horizontal de 2001, vigente na época da análise do primeiro AC, e de 2016, vigente na análise do segundo AC.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

No presente tópico, são discutidas, inicialmente, as etapas de análise empreendida pelo Cade para os ACs 08012.002172/2004-22 e 08700.001161/2017-91 de maneira separada, posteriormente é feita uma comparação entre as formas de análise.

4.1 ATO DE CONCENTRAÇÃO 08012.002172/2004-22: BRACO S.A, AMBEV E INTERBREW⁸

A partir desse tópico, discute-se sobre a fusão entre a Companhia de Bebidas das Américas (Ambev) e a cervejaria belga Interbrew, na qual originou a InBev, submetida ao Cade em março de 2004.

O Conselheiro-Relator desse caso, Luiz Carlos Delorme Prado, considerou que em conformidade com os pareceres da Seae e da SDE, o AC em questão não aumentava o poder de mercado das Requerentes, e, portanto, votou para a aprovação da operação sem restrições (BRASIL, 2005a). Além disso, segundo a Ata da 358ª Sessão Ordinária do Cade, a Procuradoria-Geral manifestou-se: “O Plenário, por unanimidade, aprovou a operação sem restrições” (BRASIL, 2005b, p. 35).

Na análise empreendida, primeiramente foi definido o mercado relevante na dimensão produto. Cabe ressaltar que para a definição dos mercados relevantes na dimensão produto e geográfica, o Voto do Conselheiro-Relator considerou a análise feita pelo Cade no caso do AC nº 08012.005846/1999-12 (ver BRASIL, 2000), referente à formação da Ambev.

A operação resultou na sobreposição horizontal⁹ no mercado de cervejas, e seguindo a definição realizada no AC de formação da Ambev, a Seae, em seu parecer, considerou que outras bebidas alcoólicas não são substitutas próximas da cerveja, assim como não considerou a possibilidade de substituição da cerveja por bebidas não alcoólicas. Ademais, considerou o mercado de cerveja como um único mercado, ou seja, as diferentes categorias de cerveja não afetam a demanda, pois há alta substitutibilidade entre elas, “considerando, principalmente, as semelhanças de sabor e aspecto e a relativamente baixa fidelidade a marcas” (BRASIL, 2004, p. 11-12).

⁸ Tópico elaborado com base no Voto do Conselheiro-Relator do caso (BRASIL, 2005a).

⁹ Sobreposição horizontal ocorre quando há fusão ou aquisição entre empresas atuantes em um mesmo mercado (BRASIL, 2016a)

Dessa forma, o Conselheiro-Relator concluiu “defino o mercado relevante de análise da operação, na dimensão produto, como o de cervejas (BRASIL, 2005a, p. 3).

Em relação à definição do mercado geográfico, seguindo a mesma forma de análise do AC 08012.005846/1999-12, já mencionado anteriormente, a Seae elaborou um mapa com as projeções de raios de 500 km delimitados a partir de cada uma das plantas fabris das Requerentes, definindo a abrangência daquela operação como regional. No entanto, para a presente operação, a Seae, em seu parecer, concluiu que a baixa participação da Interbrew no mercado nacional “não justifica o custo de se adotar uma análise segmentada por regiões” (BRASIL, 2004, p. 13). Assim, o Conselheiro-Relator definiu o mercado relevante na dimensão geográfica como nacional, devido a insignificância das importações de cervejas e pelo fato de a Interbrew não ter fábrica no Brasil, impedindo que a Ambev expanda seu portfólio no mercado doméstico (BRASIL, 2005a).

Quanto aos níveis de concentração, segundo o parecer da Seae, considerando dados fornecidos pelas Requerentes, chegou-se à conclusão de que o incremento da participação à fatia de mercado já dominada pela Ambev seria de apenas 0,001 ponto percentual. Ademais, quando analisado o C₄, as quatro maiores empresas existentes no mercado em 2003 já detinham, aproximadamente, 100% do *market share* (BRASIL, 2004). Portanto, foi concluído que o AC não resultaria em alteração significativa ao índice.

Dessa forma, o parecer da Seae, seguido pelo Voto do Conselheiro-Relator, concluiu que o AC não acarretaria significativa mudança na estrutura do mercado de cervejas, ou seja, não abriria margens para um possível exercício de poder de mercado, e portanto, a análise feita demonstrou que a operação não trazia prejuízos à concorrência, sendo recomendada aprovação sem restrições (BRASIL, 2004; BRASIL, 2005a)

O Conselheiro-Relator, em conformidade com os pareceres da Seae e da SDE, concluiu que a presente operação não aumentava o poder de mercado das Requerentes, e, portanto, votou pela aprovação sem restrições, o que foi acatado pelo Tribunal do Cade, divulgado na Ata da 358ª Sessão Ordinária do Cade.

4.2 ATO DE CONCENTRAÇÃO 08700.001161/2017-91: BAVARIA S.A E KIRIN HOLDINGS COMPANY¹⁰

O presente tópico discute sobre a aquisição da Brasil Kirin Holding pela Bavaria e, consequentemente, pelo Grupo Heineken, submetida ao Cade em fevereiro de 2017.

Primeiramente foi definido o mercado relevante na dimensão produto. Chegou-se à conclusão de que “a presente operação gera sobreposição horizontal do mercado de cervejas. Ademais, ressaltam não haver integração vertical entre as Requerentes decorrentes da presente operação” (BRASIL, 2017, p. 2). Foi discutido se haveria sobreposição horizontal no mercado de bebidas não alcoólicas devido ao fato de o Grupo Heineken possuir contrato de distribuição com as engarrafadoras do sistema Coca-Cola, mas a SG considerou que não, pois a Heineken Holding NV divulgou que não utilizaria da rede da Coca-Cola para distribuir os produtos da Brasil Kirin (BRASIL, 2017).

Com relação à dimensão geográfica, levando em considerações ACs prévios, como o da formação da Ambev (nº 08012.005846/1999-12), o Cade definiu que “deveriam ser considerados os efeitos em duas dimensões geográficas diferentes, o mercado nacional e regional, sendo esse último definido por um raio de 500 km das plantas produtoras de cerveja” (BRASIL, 2017, p.4). Dessa forma, o território nacional foi segmentado em cinco regiões:

- i. Região I - Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná;
- ii. Região II - Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Goiás e Distrito Federal;
- iii. Região III - Estados do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul;
- iv. Região IV - Estados da Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí, Maranhão, Pará, Tocantins e Amapá;
- v. Região V - Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima.

Portanto, foram considerados dois cenários para o mercado relevante geográfico: regional e nacional, separadamente.

Ressalta-se que como há dois cenários para o mercado relevante geográfico, as etapas seguintes de análise empreendida pela SG foram realizadas para cada um desses cenários.

¹⁰ Esse tópico foi baseado no parecer da SG (ver BRASIL, 2017).

Assim, como há dois cenários para o mercado geográfico, a etapa de verificação das medidas de concentração, ou seja, da possibilidade do exercício de poder de mercado, foi realizada para cada um desses cenários.

Na dimensão geográfica nacional, a partir de dados fornecidos pelas Requentes, com base em dados fornecidos pela Nielsen, verificou-se que a operação geraria uma concentração horizontal abaixo de 20%. Ademais, as concorrentes também forneceram dados à SG que corroboraram com o que as Requentes apresentaram (BRASIL, 2017).

Dessa forma, a SG concluiu que “em nenhuma estimativa de estrutura de oferta apresentada para vendas de cervejas na dimensão geográfica nacional, as Requentes apresentariam *market share* conjunto superior a 20%. Por este motivo, considera-se que a presente concentração não suscita maiores preocupações de ordem concorrencial no mercado de cervejas considerando a dimensão geográfica nacional.” (BRASIL, 2017, p.5).

Já em relação à dimensão regional, para a Região I, ambos os dados fornecidos pelas Requentes e pela Ambev comprovaram que as participações conjuntas das Partes superavam 20% nos últimos três anos, e, além disso, o incremento no HHI foi maior que 200 pontos. Portanto, a SG concluiu que era necessária “uma análise mais aprofundada da probabilidade de exercício de poder de mercado por parte das Requentes pós-operação no mercado de cervejas na Região Sul do país.” (BRASIL, 2017, p.6).

Para as Regiões II e III, mesmo havendo divergência no quesito abrangência de dados pelas Requentes e pela Ambev, em ambos se observou que as Requentes não somam mais que 20% de participação de mercado, portanto, não gerando preocupações de ordem concorrencial, segundo o parecer da SG (BRASIL, 2017).

Em se tratando da Região IV, mais uma vez as informações fornecidas pelas Requentes e pela Ambev se diferiram, sendo que as primeiras consideram apenas os estados do Nordeste, e a segunda acrescenta a eles os estados do Acre, Pará, Tocantins e Amapá. Nas duas estimativas, as participações conjuntas das Requentes somavam mais que 20%, porém, o incremento de HHI foi inferior a 200 pontos. Dessa forma, não foi necessária uma análise mais profunda da probabilidade de exercício de poder de mercado para essa Região, pois, segundo Brasil (2017), quando o aumento do HHI é inferior a 200, e a parcela de mercado não é superior a 50%, entende-se pela ausência de nexo de causalidade.

Por fim, a Região V também possui diferença de base de dados, porém as estimativas são as mesmas para os últimos três anos (2014-2016). Em 2014, a soma das participações das Partes supera 20%, porém em 2015 ela ficou abaixo desse patamar, representando, então, uma tendência de queda nesse período. Portanto, como nos dois últimos anos da análise as estimativas

das participações de mercado das Requerentes foi de que seriam menores do que 20% e o incremento de HHI seria inferior a 200 pontos, a SG concluiu que não era preciso prosseguir com a análise desse mercado para a Região em questão (BRASIL, 2017).

Assim, a análise prosseguiu apenas para o mercado de cervejas na Região I, que contempla os estados do Sul do país.

Dessa forma, foi necessária analisar se as condições de rivalidade entre as empresas atuantes no mercado eram efetivas, levando em consideração apenas a Região I, na qual as Requerentes juntas tinham 28,3% de participação do mercado relevante e o incremento de HHI foi de 393 pontos (BRASIL, 2017).

É necessário pontuar que essa parte da análise empreendida pela SG teve, por se tratar de dados de produção e capacidade fabril, informações classificadas como restritas na versão pública do seu parecer.

Segundo o posicionamento da Ambev, um dos terceiros interessados, “o mercado de cervejas apresenta elevado grau de rivalidade entre as empresas e competição por meio de preços” (BRASIL, 2017, p.8).

Analisando a capacidade ociosa das empresas para um possível aumento de preço pelas Requerentes (a fim de analisar a capacidade de absorção da demanda pelos concorrentes diante de um possível aumento de preço pelas Requerentes), a SG conclui que a principal concorrente das Requerentes, a Ambev, possuía “capacidade ociosa substancial e grande número de fábricas capazes de abastecer a Região Sul” (BRASIL, 2017, p.10). A SG também considerou que a cervejaria Petrópolis, apesar de ter capacidade ociosa reduzida, também poderia absorver um desvio de demanda.

A SG concluiu que a operação não causaria danos à concorrência no mercado de cervejas na Região I. Cabe ressaltar que a SG pontuou não haver necessidade da análise de entrada, uma vez que a aquisição não afeta negativamente o nível de rivalidade do mercado (BRASIL, 2017).

Dessa forma, a SG recomendou a aprovação da operação sem restrições, uma vez que não visualizou, em sua análise, que a operação poderia gerar prejuízos concorrenciais.

4.3 COMPARAÇÃO DA ANÁLISE ENTRE OS DOIS ACS

Observa-se que houve a utilização da análise em etapas, dispostas nos Guias, para os dois ACs, ou seja, houve a adoção do Guia de atos de concentração horizontal na análise empreendida pelos órgãos de defesa da concorrência.

Apresenta-se no Quadro 3 semelhanças e diferenças encontradas na análise empreendida pelos órgãos nos dois ACs analisados:

QUADRO 3 - Comparação entre a forma de análise dos ACs 08012.002172/2004-22 (caso InBev) e 08700.001161/2017-91 (caso Heineken)

Variáveis	INBEV	HEINEKEN
Mercado Relevante – dimensão produto	Cerveja	Cerveja
Mercado Relevante – dimensão geográfica	Nacional	Nacional + Regional
Medidas de Concentração	C4	HHI
Probabilidade de Exercício de Mercado	Não foi necessária	Rivalidade

Fonte: elaboração própria da autora

Em ambos os ACs, o Cade considerou o mercado relevante na dimensão produto como sendo o de cerveja. Ambos consideraram a decisão do Cade no AC 08012.005846/1999-12, de formação da Ambev, prévio a estes.

Em termos do mercado relevante na dimensão geográfica, ambos também utilizaram o AC 08012.005846/1999-12, e definiram o mercado como nacional para o AC 08012.002172/2004-22 (InBev) e nacional e regional para o AC 08700.001161/2017-91 (Heineken). Mas, foi ressaltado no parecer o porquê da não necessidade de utilizar a dimensão regional para o caso da InBev.

Na etapa de análise das medidas de concentração, o AC 08012.002172/2004-22 (InBev) utilizou o índice C4 e concluiu que a operação não mudaria a estrutura do mercado, já que as quatro maiores empresas já possuíam quase 100% do mesmo. Já o AC 08700.001161/2017-91 utilizou o índice HHI, quando as participações conjuntas da Requerentes após a operação superaram 20%.

Para o AC 08012.002172/2004-22 (InBev), o Cade considerou que não haveria probabilidade de exercício de mercado devido a estrutura de mercado não se alterar com a operação. Ou seja, não houve a necessidade de prosseguir com a análise. Já para o AC 08700.001161/2017-91 (Heineken), a SG analisou a rivalidade presente na Região I, e concluiu que, pelo fato de suas concorrentes possuírem capacidade ociosa para um aumento de produção caso haja um aumento de preços, a operação não causaria danos ao mercado. Então, não houve necessidade de prosseguir com a análise para outras etapas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do disposto nos capítulos anteriores, considera-se que o mercado de cervejas no Brasil é concentrado, sendo evidenciado pelo fato de as três maiores cervejarias no país concentrarem 87,5% do mercado de cerveja em 2019 (VIANA, 2020) e 85,1% em 2021 (VIANA, 2022), o que pode facilitar o exercício de poder de mercado por parte das empresas atuantes, gerando prejuízos concorrenciais e diminuição do bem-estar social.

Assim, em relação aos atos de concentração, destaca-se o papel da defesa da concorrência no controle de fusões e aquisições que possam colocar em risco a livre concorrência.

Nesse sentido, o presente estudo teve como objetivo analisar a atuação do Cade em dois importantes atos de concentração para a consolidação do mercado cervejeiro como é conhecido atualmente.

Observa-se que o Cade prosseguiu a análise da mesma forma para ambos os casos, ou seja, definiu-se o mercado relevante na dimensão produto e geográfica, posteriormente estimou-se a concentração de mercado das Requerentes, na qual no AC de formação da InBev concluiu que não causaria nenhum dano à livre concorrência, não prosseguindo para a etapa seguinte de análise (condições de entrada e/ou rivalidade), e no caso do AC da Heineken, prosseguiu a análise até rivalidade para um mercado geográfico (Região I), julgando que as concorrentes tinham capacidade de aumentar sua produção caso as Requerentes decidissem aumentar os preços. O Cade aprovou os dois ACs, sem restrições.

Considerando a hipótese do trabalho, apresentada no primeiro capítulo, e os resultados encontrados no capítulo anterior, a hipótese não é rejeitada, pois conclui-se que o Cade julgou os ACs de acordo com seus Guias (2001 e 2016), seguindo as etapas previstas, definidas como análise clássica no Guia de 2016.

Como trabalho futuro, uma análise do histórico dos processos de atos de concentração ocorridos no mercado cervejeiro seria relevante. Verificar os principais grupos participantes, a evolução da análise realizada pelo Cade (métodos e técnicas utilizadas) em cada uma das variáveis avaliadas e a respectiva consistência teórica, semelhante ao trabalho realizado por Gama e Ruiz (2007), mas nesse caso aplicado somente ao mercado cervejeiro.

REFERÊNCIAS

ABIA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS. **Faturamento 2019**. [S.l.], 2019. Disponível em: <https://www.abia.org.br/vsn/anexos/faturamento2019.pdf>. Acesso em: 04 de abr. de 2022.

ALVARENGA, Darlan. Consumo de cerveja ‘migra’ para dentro de casa e volume de vendas no Brasil é o maior desde 2014. **G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/05/23/consumo-de-cerveja-migra-para-dentro-de-casa-e-volume-de-vendas-no-brasil-e-o-maior-desde-2014.ghtml> Acesso em: 03 de abr. de 2022.

ARAÚJO, C. V. P.; PINTO, M. G. M. R. Mercado Em Concorrência E Liberdades Econômicas. **Mackenzie**, 2016. Disponível em: https://www.mackenzie.br/fileadmin/OLD/62/ARQUIVOS/PUBLIC/SITES/ECONOMICA/2016/Artigos/Mercado_em_concorrencia_e_liberdades_economicas.pdf Acesso em: 12 de abr. de 2022.

AS 5 maiores multas já aplicadas pelo Cade. **Isto é dinheiro**, 2016. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/as-5-maiores-multas-ja-aplicadas-pelo-cade/> Acesso em: 03 de jun. de 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA CERVEJA. **CERVBRASIL**, 2016. Anuário. São Paulo, 2016.

BRANDÃO, Raquel. Cerveja contribuiu com 2,1% do PIB brasileiro em 2021. **Valor Investe**, 2022. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2022/03/05/cerveja-contribuiu-com-21-pontos-percentuais-do-pib-brasileiro-em-2021.ghtml> Acesso em: 14 de ago. de 2022.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Parecer do Ato de Concentração nº08012.005846/99-12**. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2000. Disponível em www.cade.gov.br. Acesso em 14 de ago de 2022.

BRASIL. Ministério da Fazenda e Ministério da Justiça. **Portaria Seae/SDE nº 50**, de 01 de agosto de 2001. Diário Oficial da União. Brasília, DF, nº158-E, p. 12-15, 17 de ago. de 2001, Seção 1, 2001. Disponível em: https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/normas-e-legislacao/portarias/2001portariaConjunta50-1_guia_para_analise_economica_de_atos_de_concentracao.pdf .Acesso em 10 de abr de 2022.

BRASIL. Secretaria de Acompanhamento Econômico (Seae). **Parecer nº06440/2004/RJ**. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2004. Disponível em www.cade.gov.br. Acesso em 14 de ago de 2022.

BRASIL. Voto do Conselheiro Relator referente ao **AC nº08012.002172/2004-22**. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2005a. Disponível em: www.cade.gov.br Acesso em 14 de ago de 2022.

BRASIL. 358ª Ata Sessão Ordinária do Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, nº123, p. 34-35, 2005b, Seção 1. Disponível em: www.cade.gov.br Acesso em 10 de abr de 2022.

BRASIL. Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011. **Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência**; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei no 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências, 2011 Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm Acesso em: 10 de abr. de 2022.

BRASIL. Ministério da Justiça. Segurança Pública. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Defesa da concorrência no Brasil: 50 anos**. Brasília, 2013. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/livro-50-anos/livro-defesa-da-concorrenca-no-brasil-50-anos.pdf> Acesso em: 10 de abr. de 2022.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Guia de Análise de Atos de Concentração Horizontal**. Brasília, 2016a. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-do-cade/guia-para-analise-de-atos-de-concentracao-horizontal.pdf> Acesso em: 12 de abr. de 2022.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Cartilha do Cade**. Brasília, 2016b. Disponível em: <https://cdn.cade.gov.br/Portal/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/cartilha-do-cade.pdf> Acesso em: 15 de abr. de 2022.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. **Parecer nº11/2017/CGAA3/SGA1/SG/CADE**. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2017. Disponível em www.cade.gov.br. Acesso em 14 de ago de 2022.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Competências**. [S. l.], 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/aceso-a-informacao/institucional/competencias> Acesso em: 10 de abr. de 2022.

BRASIL. Ministério da Justiça. Segurança Pública. **Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Perguntas sobre atos de concentração**. [S.l.], 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/perguntas-sobre-atos-de-concentracao-economica#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20artigo,a%20celebra%C3%A7%C3%A3o%20de%20contrato%20associativo%2C> Acesso em: 10 de abr. de 2022.

CADE multa Ambev em R\$ 350 milhões. **Gazeta do Povo**, 2009. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/cade-multa-ambev-em-r-350-milhoes-bqsla0s8kta1xaem0yw0iifym/> Acesso em: 03 de jun. de 2022.

CARLTON, D. W; PERLOFF, J. M. **Modern Industrial Organization**. England: Pearson, 2015.

CARVALHO, J. M. A nova lei da concorrência e o impacto de suas mudanças nas análises de atos de concentração pelo Cade. **Revista de Defesa da Concorrência**, v. 1, n. 2, p. 134-148, 2013.

CERVEJAS: Heineken compra Femsa por 5,3 bi de euros. **Veja**, 2010. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/cervejas-heineken-compra-femsa-por-53-bi-de-euros/> Acesso em 09 de set. de 2022

CHURCH, J. R.; WARE, R. **Industrial Organization: A Strategic Approach**. [S.l.], McGraw-Hill Education, 2000.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO MARANHÃO. **Indústria de Bebida: Estudo Setorial**. São Luís, 2021. Disponível em: <https://www.fiema.org.br/uploads/revista/11774/hQxNWIsiil4ZbxcArNJfIs6n739FqII6.pdf> Acesso em: 04 jun. 2022.

FERRARI, Vanessa. **O mercado de cervejas no Brasil**. 2008. Dissertação (Mestrado em Economia do Desenvolvimento) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/3856> Acesso em: 04 de maio de 2022.

FERRAZ, A. S. As Abordagens Teóricas sobre Atos de Concentração das Escolas de Harvard e de Chicago. **Revista de Defesa da Concorrência**, v. 2, n. 2, p. 180-206, 2014. Disponível em: <https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrenca/article/view/124>. Acesso em: 04 jun. 2022.

FGV PROJETOS. **A indústria da cerveja e do vinho no Brasil e suas interações com o comércio internacional**. [S.l.; s.d.]. Disponível em: https://gvagro.fgv.br/sites/gvagro.fgv.br/files/u115/cevrajasevinhos_fgv_PT.pdf Acesso em: 04 de abr. de 2022.

FIGUEIRA, L. V. **A análise da Defesa da Concorrência no Mercado de Bebidas: O Caso Ambev**. 2014. Monografia (Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de São Carlos), Sorocaba, 2014.

FORGIONI, A. Paula. **Os fundamentos do antitruste**. 5. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

GAMA, M. M. **A teoria antitruste no Brasil: fundamentos e estado da arte**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2005. (Texto para discussão, n. 257).

GAMA, M. M.; RUIZ, R. M. A práxis antitruste no Brasil: uma análise do CADE no período 1994-2004. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 16, n. 2, p. 233-258, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE**, c2022. Comissão Nacional de Classificação. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=grupo&tipo=cnae&versao=10&grupo=111> Acesso em: 12 de abr. de 2022.

JALORETTO, Maria Fernanda. **A análise dos atos de concentração pelo Cade e as Leis 8.884/94 e 12.529/11**. 2012. Dissertação (Monografia em Ciências Jurídicas e Sociais) -

Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Centro Universitário de Brasília, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2012.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MESSEDER, Alex Azevedo. A nova Lei de Defesa da Concorrência e a eterna busca pelo bem-estar econômico da sociedade. **Justiça & Cidadania**, 2012. Disponível em: <https://www.editorajc.com.br/a-nova-lei-de-defesa-da-concorrencia-e-a-eterna-busca-pelo-bem-estar-economico-da-sociedade/> Acesso em 14 de ago de 2022.

MARTINS, D. C. L. *et al.* Análise das estratégias de marketing de cervejarias utilizadas em pontos de venda. In: XII SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Faculdades Dom Bosco, 2015, p. 1-14.

MONTEIRO, Gisele Bunn; MACHADO, Diogo Barbosa; PEREIRA, Rodrigo Carlos Marques. **Estratégia de marcas em fusões e aquisições: o caso de uma operação no ramo de bebidas** Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Curso de Administração - Seropédica, RJ, Brasil 2005.

MOREIRA, É. T. Análise da Competitividade do Segmento de Cerveja do Brasil, 1997-2012. **Informações Econômicas**, SP, v. 44, n. 3, 2014. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/publicacoes/ie/2014/tec4-0614.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultura, 1997.

SIMPSON, Victoria. The Top Beer-Producing Countries. **World Atlas**. [S. l.], 14 de set. de 2020. Disponível em: <https://www.worldatlas.com/articles/top-10-beer-producing-nations.html> Acesso em: 12 de mar. de 2022.

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DA CERVEJA. **O setor em números: 2022**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.sindicerv.com.br/o-setor-em-numeros/> Acesso em: 12 de mar. de 2022.

SOBRE a Ambev. **Ambev**, 2022. Disponível em: <https://www.ambev.com.br/sobre/>. Acesso em: 03 de abr. de 2022.

STATISTA. Leading 10 countries in worldwid beer production in 2020. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/270269/leading-10-countries-in-worldwide-beer-production/> Acesso em: 07 de maio de 2022.

VIANA, Fernando Luiz E. Indústria de bebidas alcoólicas. **Caderno Setorial ETENE**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 5, n.117. jun. 2020. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/handle/123456789/332> Acesso em: 15 de abr. de 2022.

VIANA, Fernando Luiz E. Indústria de bebidas alcoólicas. **Caderno Setorial ETENE**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 6, n.161, maio. 2021. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/handle/123456789/1184> Acesso em: 25 de maio de 2022.

VIANA, Fernando Luiz E. Indústria de bebidas alcoólicas. **Caderno Setorial ETENE**. Fortaleza: ano 7, n.216, mar. 2022. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/handle/123456789/1159> Acesso em: 25 de maio de 2022.