

## A CONCENTRAÇÃO NO SETOR DE BEBIDAS FRIAS

Letícia Cristina Mesquita Souza <sup>1</sup>

Marcia Carla Pereira Ribeiro <sup>2</sup>

### RESUMO

O artigo tem como objetivo abordar os efeitos dos aspectos concorrencias entre pequenos, médios fabricantes e grandes empresas do setor de bebidas frias. A força do poder econômico sobre o ambiente concorrencial é fator que impacta diretamente na esfera econômica e social de um país. O artigo analisa de forma especial a situação jurídica concorrencial dos pequenos e médios fabricantes de bebidas frias, a fim de verificar o grau de comprometimento da manutenção do mercado nesse ramo de atividades, os entraves concorrenciais e suas perspectivas. O artigo também analisa o caso das cervejas artesanais no Brasil e seus aspectos inovadores como fatores que podem auxiliar no crescimento e desenvolvimento de pequenas e médias empresas que se encontram inseridas em um mercado altamente competitivo e tendente à concentração. Buscou-se, ao final, apontar para algumas opções que possam tornar o setor de bebidas mais eficiente em termos concorrenciais, assegurados aspectos jurídicos e os princípios constitucionais vigentes.

**Palavras-chave:** Concorrência. Concentração. Setor de Bebidas Frias. Perspectivas.

### ABSTRACT

The article addresses the aspects of competition among small, medium-sized manufacturers and large companies in the cold drink department. The strength of the economical power over the competitive environment is a factor that directly impacts the economic and social sphere of a country. The article analyses the legal aspects of competition of small and medium-sized cold beverage manufacturers, in order to verify the level of market maintenance commitment in this line of business, competitive barriers and it's perspectives. The article also analyzes the case of Brazilian craft beers and it's innovative aspects as factors that can help in the growth and development of small and medium-sized enterprises that are inserted in a highly competitive and concentrated market. Finally, it was sought to point out some legal solutions to make the beverage sector more efficient in terms of competition, ensured all legal and constitutional aspects.

**Keywords:** Competition. Concentration. Cold Beverages Sector. Perspectives.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Advogada.

<sup>2</sup> Professora Titular de Direito Societário PUCPR. Professora Associada de Direito Empresarial UFPR. Pós-Doutorado pela FGVSP e pela Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. Pesquisadora Conv. Université de Montréal-CA. Professora convidada da Universidade de Paris I Sorbonne. Advogada.

**SUMÁRIO:** 1.Introdução. 2.O sistema antitruste no brasil. 3. A concentração no setor de bebidas frias. 3.1. Efeitos econômicos 3.2. Efeitos para o mercado e para o consumidor. 4.Reestruturação do mercado. 5.Cervejas artesanais. 6.Considerações finais. 7. Referências.

## **1. INTRODUÇÃO**

A concentração de mercado, há muito já estudada, é uma tendência mundial em diversos setores econômicos. No entanto, tem características próprias no que se refere ao setor de bebidas frias, já que este setor possui uma estrutura complexa, tendo em vista que pode ser definido como oligopolista, com franjas de concorrência monopolista.

A concentração no setor dificulta o ingresso de pequenas e médias empresas, principalmente em razão das barreiras decorrentes de investimentos, instalações e consolidação do mercado de empresas em nível mundial no ramo estudado.

O principal objeto de estudo é a concentração no mercado de bebidas frias, em razão da amplitude de seus efeitos perante a economia brasileira, bem como do impacto do sistema jurídico brasileiro no ambiente concorrencial do setor.

O artigo perpassa, ainda que de forma incompleta, pelos efeitos sociais relacionados ao setor – no que diz respeito, por exemplo, à geração de postos de trabalho – para, ao final, oferecer algumas perspectivas com base em potenciais soluções que possam colaborar para a reestruturação do setor. Soluções indissociáveis à melhoria das condições de entrada de pequenas e médias empresas, bem como sua manutenção no mercado, de forma a que se possa assegurar ao consumidor a preservação de seu direito de escolha, assim como garantir a higidez do mercado.

## **2. O SISTEMA ANTITRUSTE NO BRASIL**

No Brasil, a livre concorrência é um princípio garantido pela Constituição Federal em seu artigo 170 inciso IV:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:  
IV - livre concorrência;

A norma constitucional possibilita a intervenção do Estado a fim de impedir abusos ou atos que visem a limitação de mercado, criação de monopólios e concorrência desleal.

A legislação acerca da concorrência no Brasil já existe desde o ano de 1960, inclusive com a criação do CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica, no entanto passou a ser dotada de maior relevância a partir da Lei nº 8.884 de 1994, por meio de uma visão de liberalização de mercados que tinha por objetivo diminuir a intervenção estatal no setor econômico.

No entendimento de Pereira<sup>3</sup>, a Lei antitruste visa a:

evitar, assim, que as empresas estabelecidas abusem de suas posições dominantes, impondo restrições à competição nos mercados em que atuam, ou ainda incrementem seu poder de mercado por meio de alianças ou fusões com empresas concorrentes.

Após a Lei nº 8.884 de 1994, entrou em vigor, no ano de 2011, a Lei Federal nº 12.529, a qual trouxe uma nova estrutura para o Sistema de Defesa de Concorrência. A legislação dispõe, em síntese, acerca de prevenções e repressões às infrações de ordem econômica, fundamentando-se em princípios como a liberdade de iniciativa e a livre concorrência como, por exemplo, em seu artigo 36, incisos I a IV<sup>4</sup>.

No sistema concorrencial, a existência de poder de mercado por si só não caracteriza ato de infração à ordem econômica. É o abuso de poder, por meio de práticas e comportamentos que tenham o potencial de prejudicar o mercado ou a livre concorrência, que é coibido pelo sistema.

Dessa forma, para que o mercado possua um ambiente equilibrado e respeite os princípios previstos na Constituição Federal, a Lei Antitruste estabelece a estrutura de

<sup>3</sup> PEREIRA, José Matias. Manual de Defesa da Concorrência: Política, Sistema e Legislação Antitruste Brasileira. Editora Atlas. 2014. p.59.

<sup>4</sup>Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados: I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa; II - dominar mercado relevante de bens ou serviços; III - aumentar arbitrariamente os lucros; e IV - exercer de forma abusiva posição dominante. BRASIL. DECRETO Nº 12.529, DE 30 DE NOVEMBRO DE 2011. Brasília, DF. Disponível em: <<http://bit.ly/2qsgkRs>> Acesso em: 01 de dezembro de 2017.

funcionamento do Conselho Administrativo de Defesa Econômica-CADE que possui como principal função julgar processos relacionados à infração à ordem econômica.

A atuação desse órgão pode ser observada em diversos casos como, por exemplo, na fusão das empresas Nestlé e Garoto<sup>5</sup> no ano de 2002. Neste caso, o CADE entendeu por não aprovar a fusão proposta em razão da concentração no mercado e da provável criação de barreiras à entrada de novos concorrentes e fabricantes.

### 3. CONCENTRAÇÃO NO SETOR DE BEBIDAS FRIAS

Inicialmente, pode-se dizer que a concentração em determinados mercados já é observada desde a antiguidade, já que segundo Forgioni<sup>6</sup>, na Grécia a monopolização do mercado já era utilizada para gerar riqueza ao governo, sendo também observada na Idade Média com o surgimento das corporações de ofício que acabavam por delimitar a liberdade da concorrência, bem como controlar o mercado, restringindo ou impedindo a entrada de novos concorrentes.

Na atual estrutura dos mercados brasileiros e mundial, a concentração de mercado é verificada em diversos setores, especialmente no setor de bebidas frias, objeto central da pesquisa.

O setor de bebidas frias é composto pelos produtos refrigerantes, águas, chás e sucos prontos para consumo, isotônicos, energéticos e cervejas.

Os refrigerantes e as cervejas são responsáveis em grande parte pela produção nacional no setor, uma vez que respondem por cerca de 82% do volume produzido e 76% do valor das vendas de bebidas no país. Já no ramo de bebidas alcoólicas, a cerveja corresponde a 80% das bebidas consumidas<sup>7</sup>. Desta forma, segundo o entendimento de Cervieri, Teixeira, Galinari, Rawet e Silveira<sup>8</sup> o setor de bebidas frias é totalmente dependente da atuação desses dois segmentos.

---

<sup>5</sup>WILTGEN, Julia. Como 7 grandes fusões afetaram o mercado de consumo. Revista Exame. 2011, 13 de outubro. Disponível em: <<http://bit.ly/2CUkNPz>> Acesso em: 28 de novembro de 2017.

<sup>6</sup>FORGIONI, Paula A. Os fundamentos do antitruste. 6ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2013. p. 37-38.

<sup>7</sup>CAMARGOS, M. A.; BARBO SA, F. V. Fusões e aquisições de empresas brasileiras: criação de valor e sinergias operacionais. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 49, n.2, p. 206-220, 2009.

<sup>8</sup>CERVIERI, Osmar Júnior; TEIXEIRA, Job Rodrigues Junior; GALINARI, Rangel; RAWET, Eduardo Lederman; SILVEIRA, Carlos Takashi Jardim. O setor de bebidas frias. Disponível em: <<http://bit.ly/2qiNK55>> Acesso em: 08 de julho de 2018.

A concentração nesses segmentos é observada de forma significativa, uma vez que no ano de 2013, apenas quatro marcas foram responsáveis por 98% da produção de cervejas no país, ao passo que no ramo dos refrigerantes, apenas duas marcas responderam por um total de 78% da produção neste ramo.

Conforme Bulgarelli<sup>9</sup>, a concentração ocorre em decorrência da necessidade de os agentes de mercado buscarem o acúmulo de capitais excedentes, o aumento do mercado consumidor, bem como o crescimento da produção de forma eficientes. Fatores estes que juntamente com a diminuição de custos, elevação dos rendimentos e melhoria na qualidade dos produtos, faz com que a concentração seja benéfica, muitas vezes, do ponto de vista das empresas.

No Brasil, segundo Moreira<sup>10</sup> a concentração no setor de bebidas frias passou a ser vista de forma mais atenta após a constituição da Companhia de Bebidas das Américas (Ambev), originada a partir da fusão das cervejarias Brahma e Antártica Paulista.

Segundo Ribeiro e Rocha<sup>11</sup> a concentração neste setor envolve mecanismos de aquisições de pequenas e médias empresas e, conseqüentemente, fusões e aquisições protagonizadas por grandes empresas.

Tais práticas contribuem para o aumento de poder dos maiores fabricantes e, por conseguinte, tendem à criação de barreiras que dificultam a manutenção e entrada no mercado dos pequenos e médios fabricante. As principais barreiras, segundo os autores supramencionados, estão nos custos de distribuição, uma vez que as operações logísticas das grandes empresas favorecem a distribuição, relegando aos menores fabricantes apenas o acesso ao mercado local.

O aumento do poder econômico centralizado em poucas empresas e a criação de barreiras produzem impactos que podem ser considerados em seus aspectos econômicos e sociais que serão introduzidos nos próximos subitens.

---

<sup>9</sup>BULGARELLI, Waldírio. Concentração de empresas e direito. 2ª edição. São Paulo, 1996. p.23-25.

<sup>10</sup>MOREIRA, Élisson Telles. Análise da competitividade do segmento de cerveja no Brasil, 1997-2002. Disponível em: <<http://bit.ly/2QxSRJb>> Acesso em: 08 de julho de 2018.

<sup>11</sup>RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; ROCHA, Weimar Freire. Concorrência e tributação no setor de bebidas frias. 1ª edição. Belo Horizonte. Editora Fórum, 2011. p.20.

### 3.1. Efeitos Econômicos

Como em qualquer área no âmbito da economia, fazer previsões ou suposições quanto aos efeitos econômicos de determinada ação sempre representam um risco, mesmo ao analisar situações semelhantes, o simples fato de o contexto ser diferente pode alterar (e muito) os resultados.

Entretanto, é possível identificar alguns efeitos inerentes à concentração da economia. Preliminarmente, vale ressaltar que nem todas os efeitos de um ato de concentração econômica são ruins, por exemplo, os potenciais resultados decorrentes do fato de empresa de fabricação de bebidas adquirir a sua fornecedora de água, já que da operação pode resultar o barateamento do custo de produção. Ou, a iniciativa de junção de duas empresas nacionais que se fundem (caso Ambev) para a melhoria de sua situação no mercado internacional.

Certas atitudes de centralização podem até mesmo ser necessárias dependendo do momento, como é o caso de empresas que se fundem durante uma crise econômica visando a impedir o chamado “efeito dominó”, ou seja, de várias falências numa mesma cadeia de produção.

Feita as ressalvas, é inequívoco que o principal efeito da concentração econômica é a diminuição da concorrência, à qual pode estar associada a alta dos preços e, em casos mais extremos, o estabelecimento da situação de monopólio ou oligopólio.

Tais efeitos, embora não desejados e costumeiramente em conflito com a lei antitruste, podem ser identificadas em diversos setores da economia, com impactos na concentração de renda e na propagação da desigualdade social.

A concentração econômica pode ser claramente identificada no setor de bebidas frias no Brasil, em especial no mercado de cervejas. O Brasil, em conjunto com a Bélgica, possui a maior empresa de fabricação de cervejas do mundo a Anheuser-Bush InBev S.A (AB InBev), empresa que resultou primeiramente da fusão, em 1999, das duas maiores concorrentes brasileiras, a Cervejaria Brahma e Antártica Paulista, tornando-se Companhia de Bebidas das Américas (Ambev). Esta última, posteriormente, fundiu-se com a empresa belga Iterbrew, em 2004, originando a InBev, quando assumiu a posição de maior fabricante de cervejas do mundo.

Em 2008, a InBev comprou a americana Anheuser-Busch, segunda maior fabricante de cervejas à época<sup>12</sup>.

Para se entender a concentração no mercado de cervejas no Brasil, basta notar que em 2013, quatro companhias cervejeiras foram responsáveis pela produção de 98% das cervejas no país, segundo dados da Afrebas (2015)<sup>13</sup>. Entretanto, vale ressaltar que embora exista uma alta concentração horizontal no mercado brasileiro, há também uma baixa concentração vertical, em outras palavras, existe pouca concorrência entre produtores de cerveja no Brasil, porém, existe uma alta concorrência entre seus fornecedores de insumos e distribuidores<sup>14</sup>.

Muito embora o volume de negócios e o faturamento das grandes empresas contribuam significativamente para a economia do país, são os pequenos e médios negócios, segundo o Presidente da Sebrae, Guilherme Aff Domingos, que respondem por 27% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro e 98,5% dos empreendimentos no país, sendo que apenas entre janeiro de 2017 a agosto de 2017 geraram quase 327 mil postos trabalho, ao passo que as grandes empresas extinguíram cerca de 182,4 mil<sup>15</sup>.

Torna-se possível concluir que não são apenas as grandes empresas que movimentam a economia do Brasil.

### **3.2. Efeitos para o mercado e para o consumidor**

A concentração, como já dito, traz normalmente como consequência a diminuição da atuação de pequenas e médias empresas regionais no mercado analisado, conduzindo ainda à indução à padronização de gostos.

A padronização já é observada no Brasil, já que os refrigerantes sabor cola (marca Coca-Cola e Pepsi) são francamente dominantes no mercado brasileiro<sup>16</sup>. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (ABIR-2011) o sabor cola responde por 50% do mercado, sendo que o sabor guaraná correspondente a 20%<sup>17</sup>.

---

<sup>12</sup>CERVIERI, Osmar Júnior; TEIXEIRA, Job Rodrigues Junior; GALINARI, Rangel; RAWET, Eduardo Lederman; SILVEIRA, Carlos Takashi Jardim. O setor de bebidas frias. Disponível em: <<http://bit.ly/2qiNK55>> Acesso em: 08 de julho de 2018. p. 14.

<sup>13</sup>Idem.p.24.

<sup>14</sup>Idem. p.23.

<sup>15</sup>Disponível em:<<https://glo.bo/37kT7RO>> Acesso em: 22 de julho de 2018.

<sup>16</sup>RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; STARKE, Felipe. Eficiência e Concentração empresarial: O caso do Setor de Bebidas Frias. Disponível em: <<http://bit.ly/2XqTtlp>> Acesso em: 30 de novembro de 2017.

<sup>17</sup>RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; ROCHA, Weimar Freire. Concorrência e tributação no setor de bebidas frias.1ª edição. Belo Horizonte. Editora Fórum, 2011.p.31.

A padronização de gostos é muito incentivada por meio dos investimentos que os grandes fabricantes fazem em propagandas e merchandising. Ainda, segundo Ribeiro e Rocha<sup>18</sup> a diversidade e a competitividade acabam por serem restringidas e até mesmo reduzidas para os consumidores, tendo em vista a concentração observada na estruturação do setor e os impactos associados às ações de marketing.

Além disso, é possível que ocorram impactos da concentração na fixação dos preços e na perda de qualidade ou desinteresse em aumentar a qualidade dos produtos.

#### **4. REESTRUTURAÇÃO DO MERCADO**

Como visto, a concentração está fortemente presente no setor de bebidas frias, concentração esta que permite que grandes fabricantes, por meio de fusões e aquisições, possam ter o controle do mercado e dos canais de distribuidores, impactando diretamente na padronização de gostos e na restrição à entrada e à manutenção de pequenos e médios fabricantes no setor.

Para que haja uma reestruturação nesse setor a atuação das pequenas e médias empresas se torna essencial. No entanto, o maior desafio encontrado é identificar um modo eficiente dessas empresas se manterem no mercado.

O papel das autoridades é essencial, especialmente no que se refere à atuação eficaz no combate às práticas abusivas, seja pela atuação do CADE ou pelo ajuizamento e julgamento de ação de interlocução coletiva.

Além disso, políticas públicas, tais como incentivo à preservação de empresas voltadas a demandas locais, adoção de parâmetros para incentivar a pluralidade de oferta de produtos e programas de incentivo à cooperação regional, podem auxiliar de maneira eficiente na reestruturação do mercado.

Ponto importante a ser reforçado refere-se à adoção da cooperação entre os pequenos e médios fabricantes.

Nesse sentido, Ribeiro e Starke acreditam que o desenvolvimento dos pequenos e médios fabricantes está atrelado à adoção de estratégias coletivas, mediante ações coletivas e reivindicações organizadas. Sendo que a primeira estratégia estaria ligada ao fortalecimento de

---

<sup>18</sup>Idem. p.31.

seu espaço no mercado, por meio de associações ou agremiações representativas, com a finalidade de fortalecer a competitividade dos pequenos e médios fabricantes.

Para que se possa mudar o quadro em relação à concentração empresarial, especialmente quando esta decorre das barreiras à entrada, fruto do poder de mercado e do baixo valor agregado (que favorece as empresas que possa contar com uma rede de distribuição mais barata e ampla, característica do setor de bebidas frias), a ênfase nas estratégias de cooperação se torna essencial.

Segundo Axerold<sup>19</sup> para que a cooperação seja promovida faz-se necessária a presença de três requisitos, quais sejam: a reciprocidade, duração contínua da relação e moralidade. A reciprocidade faz com que as relações entre os envolvidos se tornem contínuas e duradouras, trazendo, portanto, vantagens a todos. A reciprocidade pressupõe o reconhecimento dos resultados a partir da observação do comportamento do outro, fazendo com que as condutas atuais espelhem as condutas anteriores.

A concentração, como já mencionado, faz com que as grandes empresas, detentoras do poder econômico, possuam controle não tão somente do mercado, mas também dos canais de distribuição, impactando significativamente na entrada de pequenas e médias empresas no mercado. A ação cooperativa organizada pode favorecer a modificação na gestão dos canais de distribuição, mediante o compartilhamento logístico, permitindo o acesso dos fabricantes a novos clientes, amenizando os impactos causados pelo poder de negociação de grandes empresas<sup>20</sup> especialmente em relação à logística de distribuição.

Acredita-se que, em nome da preservação do espaço de concorrência, a ação cooperativa possa ser estimulada pela atuação do Estado, por meio da introdução de políticas públicas que incentivem práticas cooperativas, tornando-as atrativas, por exemplo, mediante estratégias de simplificação e de premiação relativamente às ações cooperativas. Seria o caso, no setor analisado, de uma política que oferecesse uma prioridade no acesso a fontes de financiamento voltadas à melhoria tecnológica para demandas que envolvam interesses coletivos organizados. Basta considerar o impacto produzido, por exemplo, pela introdução de garrafas pet em termos de aumento dos players no mercado de bebidas frias nos anos noventa<sup>21</sup> e o potencial do acesso

---

<sup>19</sup>AXELROD, Robert. The Evolution of Cooperation. New York: Basic Books Inc. Publisher, 1984. p. 118-132.

<sup>20</sup>LIVATO, Marcos; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. Uma proposta de reestruturação dos canais de distribuição como vantagem competitiva no varejo de alimentos. Disponível em: <<http://bit.ly/2QybYD2>> Acesso em: 09 de julho de 2018.

<sup>21</sup>SANTOS, Selma Regina Simões; AZEVEDO, Paulo Furquim de. Concorrência no Mercado de Refrigerantes: impactos das novas embalagens. Disponível em: <http://bit.ly/2qshf4m>. Acesso em: 12 de agosto de 2019.

preferencial para iniciativas coletivas comparativamente a iniciativas individuais na busca por investimentos em tecnologia e inovação, para se aquilatar o impacto de políticas públicas de estímulo às ações cooperativas no setor. Se num determinado momento histórico as embalagens descartáveis conseguiram mudar o painel concorrencial, hoje, estratégias de preservação do meio-ambiente e de solução relativamente ao descarte das embalagens pode ser a mola propulsora da ampliação da competitividade, numa estreita conexão com o acesso a políticas de desenvolvimento tecnológico.

Por outro lado, em termos de inovação de produtos para oferta no mercado, o Brasil possui um grande déficit em inovação na maior parte dos setores da economia. Em pesquisa realizada pela Escola de Negócios para o Mundo (INSEAD França), Universidade de Cornell (EUA) e Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO) é apontado que em termos de inovação o Brasil ficou na 64ª posição, sendo que em 1º lugar encontra-se a Suíça, país que possui o maior índice de inovação mundial. Desta maneira, conforme Roque<sup>22</sup> é necessária a adoção de práticas integradas entre governo, academia, indústria e mercado para que ocorra um maior desenvolvimento nas áreas científicas, tecnológicas, industrial e de serviços e, conseqüentemente um aumento no índice de inovação brasileira que possa colaborar para a melhoria dos mercados concorrenciais, de forma a garantir, dentre outros fatores, a liberdade de escolha do consumidor.

Por fim, para melhoria dos mercados como um todo, é importante levar em consideração os aspectos éticos por meio da percepção de que a ética é auxiliar importantíssimo para a melhoria socioeconômica de um país. Ambientes éticos tendem a ser mais eficientes que outros<sup>23</sup>. Ética que pode ser uma decorrência das características individuais daqueles inseridos no processo, mas que também se relaciona com as estruturas de fiscalização das ações anticompetitivas das empresas, o que reforça a importância da atuação da autoridade concorrencial em relação às conformidades.

No âmbito das bebidas frias, a constatação do forte impacto das maiores empresas produtoras do setor sobre a organização política pode ser espelhada nos dados sobre as maiores financiadoras de campanhas políticas, antes da reforma legislativa que vedou a contribuição

---

<sup>22</sup>ROQUE, Waldir L. O Brasil na Inovação Global. Disponível em: <<http://bit.ly/2KzjfS>> Acesso em: 10 de julho de 2018.

<sup>23</sup> SEN, Amartya. Sobre Ética e Economia. Tradução: Laura Teixeira Mota. São Paulo. Companhia das Letras: 199, p. 106.

das empresas<sup>24</sup>. Mesmo após a vedação, as ações de influência sobre o legislador desempenham ainda um papel fundamental que exige recursos e organização. A ética no agir dos influenciadores, assim como a ética do agente político são essenciais aos estabelecimentos de um ambiente concorrencial eficiente.

Ao lado do fato ético, portanto, a ação cooperativa é medida potencialmente eficiente, os quais, aliados a outros fatores compatíveis com elementos de liberdade concorrencial e seu fomento serão fundamentais para a consolidação de um mercado de pequenos e médios fabricantes mais eficiente e competitivo.

## 5. CERVEJAS ARTESANAIS

Um nicho específico de cervejas tem se mostrado promissor na economia brasileira nos últimos anos, o das cervejas artesanais. Embora a produção de cervejas especiais represente um volume de apenas 1% a 1,5% do volume total de cerveja fabricada no país<sup>25</sup>, seu crescimento anual, bem como o fato de normalmente serem empresas de pequeno e médio porte, faz com que se apresentem como uma alternativa interessante para resolver problemas relacionados à centralização da economia.

Só entre dezembro de 2017 e setembro de 2018, o número de cervejarias artesanais cresceu 23%, segundo dados divulgados pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento<sup>26</sup>. A diferença entre as cervejas denominadas *mainstreame* as chamadas artesanais - sendo que as primeiras decorrem de fabricação bem elaborada e complexa, enquanto as segundas concentram-se na criatividade, sendo geralmente produções pequenas e ousadas- é fator importante, já que permite que elas atuem em mercados diferentes, compatibilizando-se com a perspectiva de um desenvolvimento mais seguro das microcervejarias (empresas de pequeno e médio porte)<sup>27</sup> no mercado já bastante concentrado das bebidas frias.

Ressalta-se que os produtores de cervejas artesanais se encontram organizados em Associações chamadas de Associações de Cervejas Artesanais (AcervAs). Segundo

---

<sup>24</sup> Ambev aparece como uma das maiores doadoras para eleições presidenciais em 2014, com repasse para os três principais candidatos. Juntamente com JBS, chegaram a responder por 65% do valor de financiamento das campanhas eleitorais daquele ano.

<http://bit.ly/2Ov46j1>

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://glo.bo/2rZSzAD>> Acesso em: 29/04/2019

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2rZSDjR>> Acesso em: 29/04/2019

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://bit.ly/2rZrygK>> Acesso em: 26/04/2019

entendimento de Rao essas associações surgem por meio de “movimentos de identidade caracterizados pelo sentimento de “nós”, para desafiar organizações ou categorias dominantes e buscar concretizar novas identidades coletivas que enfatizam a democracia, a participação e o empoderamento”<sup>28</sup>.

A proposta (que apesar de não ser nova no mercado, tendo em vista que na década de 1990 já existia uma pequena porção de fabricantes neste segmento), poderia ser uma alternativa para a alteração do quadro do setor de bebidas frias, bem como para a sobrevivência de pequenos e médios fabricantes.

Por muitos anos as grandes cervejarias se dedicaram ao desenvolvimento da cerveja denominada “*American Standard Large*”, caracterizada com seus elementos de leveza, coloração clara e fácil de beber. No entanto, a partir da década de 90 com o surgimento das microcervejarias houve uma expansão nos tipos de cervejas, caracterizadas por suas inovações em seus teores alcoólicos, ingredientes, sabores, aromas e níveis de amargor, contribuindo assim para a diversidade do mercado e escolha do consumidor<sup>29</sup>.

Conforme já mencionado neste artigo, não se pode desconhecer o papel da inovação nos mercados. Segundo Bessant e Tidd<sup>30</sup> inovação é indissociável do fator de crescimento, pois compõe uma estratégia para atração dos consumidores brasileiros, até porque pode se apresentar como uma alternativa ao alto índice de cervejas importadas no mercado brasileiro que tornam os consumidores cada vez mais exigentes em relação a qualidade e diversidade de cervejas.<sup>31</sup>

As cervejas artesanais, por outro lado, exemplificam a possibilidade de adoção de características regionais, podendo ser utilizadas como grandes aliadas para a manutenção de pequenas e médias empresas no mercado, bem como para gerar competitividade em relação a grandes empresas que atuam na padronização dos gostos do consumidor.

---

<sup>28</sup>RAO, H. Os revolucionários nos negócios: aprenda com os movimentos sociais a promover inovação em sua empresa. São Paulo: Ed. Gente, 2010. p.43.

<sup>29</sup>SILVA, João Batista de Almeida. Inovações cervejeiras. Disponível em: <<http://bit.ly/2QyTicM>> Acesso em: 26/04/2019

<sup>30</sup>BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

<sup>31</sup>FERREIRA, Rubens Hermógenes; VASCONCELOS, Maria Celeste Reis Lobo; JUDICE, Valéria Maria Martins; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. Inovação na fabricação de cervejas especiais na região de Belo Horizonte. Disponível em: <<http://bit.ly/2CYequE>> Acesso em: 10 de julho de 2018.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as considerações acima expostas, conclui-se que muito embora a Constituição Federal consagre princípios da livre iniciativa e da livre concorrência e a Lei Antitruste brasileira seja adequada, o setor de bebidas frias é um dos setores que se encontra fortemente concentrado, impactando no surgimento e manutenção de pequenas e médias empresas regionais.

As condutas que geram efeitos anticoncorrenciais atualmente adotadas pelas grandes empresas envolvendo fusões, aquisições, elevação nos gastos com marketing e propaganda, controle de canais de distribuição visando ao poder de mercado, bem como a limitação de concorrência vêm acarretando efeitos tanto no âmbito econômico como no social. Isto pode ser observado no mercado consumidor cada vez mais sujeito à padronização de gostos e à perda de qualidade e interesse na melhora dos produtos comercializados.

Um efeito ponderável na esfera econômica, além da diminuição da concorrência, é a possibilidade de ocorrer alta dos preços e, até mesmo, a consolidação de oligopólios que prejudicam o mercado, além de confrontar os princípios legais da liberdade de concorrência.

Desta forma, para que uma reestruturação nesse setor seja possível, acredita-se ser necessária a adoção de algumas medidas. É preciso utilizar estratégias coletivas que incluem ações coletivas e reivindicações organizadas aptas a permitir um maior desenvolvimento e fortalecimento de pequenos e médios fabricantes. Iniciativas associativas integradas por pequenas e médias empresas se torna essencial para o seu desenvolvimento e manutenção num mercado tendente, por suas características, à concentração.

Além disso, políticas públicas de incentivo e experiências de inovação dos produtos, como no caso das cervejas artesanais, podem ser adotadas pelos fabricantes, em conjunto com setores acadêmicos e industriais, de forma a permitir o desenvolvimento dos pequenos e médios fabricantes, uma vez que a inovação contribui tanto para a diversidade do mercado como para a conquista de novos consumidores.

Lembre-se mais uma vez que um mercado eficiente e competitivo contribui de forma benéfica não somente para os pequenos e médios fabricantes, mas também para o meio ambiente, consumidores e trabalhadores. Mercados concentrados não apenas podem significar uma afronta aos princípios constitucionais, como também um fator dificultador ao cumprimento do ideal de desenvolvimento do país.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AXELROD, Robert. The Evolution of Cooperation. New York: Basic Books Inc. Publisher, 1984. p.118-132.

BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BITTENCOURT, Maurício Vaz Lobo; PEREIRA NETO, João Basílio. Setor de Bebidas Frias. In: Márcia Carla Pereira Ribeiro; Weimar Freire da Rocha Jr. (Coord.). Concorrência e tributação no setor de bebidas frias. Belo Horizonte: Fórum, 2011.

BRASIL. LEI 12.529/2011. Regula o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência. Diário Oficial da União, 30 de novembro de 2011.

BULGARELLI, Waldírio. Concentração de empresas e direito. 2ª edição. São Paulo, Editora Atlas, 1996. p. 23-25.

CAMARGOS, M. A.; BARBO SA, F. V. Fusões e aquisições de empresas brasileiras: criação de valor e sinergias operacionais. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 49, n.2, 2009. p. 206-220.

CERVIERI, Osmar Júnior; TEIXEIRA, Job Rodrigues Junior; GALINARI, Rangel; RAWET, Eduardo Lederman; SILVEIRA, Carlos Takashi Jardim. O setor de bebidas frias. Disponível em:

<[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3462/1/BS%2040%20O%20setor%20de%20bebidas%20no%20Brasil\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3462/1/BS%2040%20O%20setor%20de%20bebidas%20no%20Brasil_P.pdf)> Acesso em: 08 de julho de 2018.

FERREIRA, Luis Fernando Filardi; OLIVA, Fábio Lotti; SANTOS, Silvio Aparecido; GRISI, Celso Claudio de Hildebrand; LIMA, Afonso Carneiro. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v19n4/a11v19n4>> Acesso em: 07 de julho de 2018.

FERREIRA, Rubens Hermógenes; VASCONCELOS, Maria Celeste Reis Lobo; JUDICE, Valéria Maria Martins; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. Inovação na fabricação de cervejas especiais na região de Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v16n4/v16n4a11>> Acesso em: 10 de julho de 2018.

FORGIONI, Paula A. Os fundamentos do antitruste. 6ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2013.

LIVATO, Marcos; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. Uma proposta de reestruturação dos canais de distribuição como vantagem competitiva no varejo de alimentos. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/2504>> Acesso em: 09 de julho de 2018

MOREIRA, Élisson Telles. Análise da competitividade do segmento de cerveja no Brasil, 1997-2002. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/ie/2014/tec4-0614.pdf>> Acesso em: 08 de julho de 2018.

PEREIRA, José Matias. Manual de Defesa da Concorrência: Política, Sistema e Legislação Antitruste Brasileira. Editora Atlas. 2014. p.59.

PREZZOTTO, Keli; LAVALL, ValderléiaLoff. AMBEV – Análise da fusão e os efeitos sobre o mercado. Disponível em: <[http://www.apec.unesc.net/V\\_EEC/sesoes\\_tematicas/Economia%20industrial,%20ci%C3%A4ncia,%20tecnologia%20e%20inova%C3%A7%C3%A3o/AMBEV%20%20AN%C3%81LISE%20DA%20FUS%C3%83O%20E%20OS%20EFEITOS%20SOBRE%20O%20MERCADO.pdf](http://www.apec.unesc.net/V_EEC/sesoes_tematicas/Economia%20industrial,%20ci%C3%A4ncia,%20tecnologia%20e%20inova%C3%A7%C3%A3o/AMBEV%20%20AN%C3%81LISE%20DA%20FUS%C3%83O%20E%20OS%20EFEITOS%20SOBRE%20O%20MERCADO.pdf)> Acesso em: 02 de fevereiro de 2018.

RAO, H. Os revolucionários nos negócios: aprenda com os movimentos sociais a promover inovação em sua empresa. São Paulo: Ed. Gente, 2010. p.43.

RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; ROCHA, Weimar Freire. Concorrência e tributação no setor de bebidas frias. 1ª edição. Belo Horizonte. Editora Fórum, 2011. p. 31.

RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; STARKE, Felipe. Eficiência e Concentração empresarial: O caso do Setor de Bebidas Frias. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=29ddf7414ac131a8>> Acesso em: 30 de novembro de 2018.

ROQUE, Waldir L. O Brasil na Inovação Global. Disponível em: <[http://www.adufrgs.org.br/wp-content/uploads/2013/09/O-Brasil-na-Inova%C3%A7%C3%A3o-Global\\_Waldir-Leite-Roque.pdf](http://www.adufrgs.org.br/wp-content/uploads/2013/09/O-Brasil-na-Inova%C3%A7%C3%A3o-Global_Waldir-Leite-Roque.pdf)> Acesso em: 10 de julho 2018.

SALOMÃO FILHO, Calixto. Direito concorrencial: as estruturas. São Paulo: Malheiros, 1999.

SANTOS, Selma Regina Simões; AZEVEDO, Paulo Furquim de. Concorrência no Mercado de Refrigerantes: impactos das novas embalagens. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2000\\_E0168.PDF](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2000_E0168.PDF). Acesso em 12 de agosto de 2019.

SEN, Amaryta. Sobre Ética e Economia. Tradução: Laura Teixeira Mota. São Paulo. Companhia das Letras: 199.

SILVA, João Batista de Almeida. Inovações cervejeiras. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2017/01/09/inovacoes-cervejeiras/>> Acesso em: 26/04/2019

STEFENON, Rafael. Vantagens competitivas sustentáveis na Indústria Cervejeira: O caso das cervejas especiais. Disponível em: <<https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/1539>> Acesso em: 07 de julho 2018.

VALENTE, Bruna Lopes. Cerveja artesanal, um mercado em expansão no Brasil. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/cerveja-artesanal-um-mercado-em-expensao-no-brasil/107062/>> Acesso em: 09 de julho de 2018.

WILTGEN, Julia. Como 7 grandes fusões afetaram o mercado de consumo. Revista Exame. 2011, 13 de outubro. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/como-fusoes-e-aquisicoes-afetam-o-seu-bolso/>> Acesso em: 28 de novembro de 2017.