vinetur

El Mundial no logra reactivar la venta de cerveza en Brasil

El frío inusual y la tensión económica frenan un mercado clave para Ambev y Heineken

miércoles 11 de noviembre de 2026



Las grandes cerveceras de Brasil llegan al tramo final del año con ventas por debajo de lo que esperaban y con la vista puesta en el cuarto trimestre para mejorar el balance de 2026. Ni siquiera el Mundial de fútbol ha servido para empujar el consumo de cerveza, en un año marcado por un clima más frío de lo habitual, sobre todo en el sureste del país, y por un consumo más débil.

Ambev comunicó este martes, 10 de noviembre, que el volumen de cerveza vendido en Brasil subió solo un 0,5% en el tercer trimestre frente al mismo periodo del año anterior. La compañía ganó 4.366 millones de reales brasileños en ese periodo, un 10,2% menos que un año antes. La empresa atribuyó esa caída a la ausencia de efectos fiscales no recurrentes que sí estuvieron presentes en 2025. Si se ajusta esa base de comparación, el beneficio neto fue de 4.393 millones de reales, un 14,3% más.

La empresa centró buena parte de su apuesta en la gama premium, mientras las marcas más tradicionales se mantuvieron prácticamente planas. En una conferencia con analistas, el consejero delegado de Ambev, Carlos Lisboa, defendió que el grupo atraviesa un buen momento para su negocio en Brasil pese a la debilidad del mercado cervecero. Afirmó que la compañía ha ganado cuota incluso con precios por encima de los del año pasado y sostuvo que está sentando bases sólidas para entrar en 2027.

Esa visión convive con la presión del mercado sobre la empresa por unos volúmenes de cerveza que se consideran flojos. Lisboa sostuvo que 2025 no debe verse como una base de comparación baja, sino como un año que fijó un nuevo punto de partida para el sector. A su juicio, 2023 y, sobre todo, 2024 fueron ejercicios fuera de lo habitual, con un tiempo que ayudó mucho a la venta de cerveza. También recordó que al cierre del año pasado hubo una recuperación de la demanda a finales de diciembre que se prolongó hasta mediados de enero.

Heineken ofreció una lectura parecida sobre el mercado brasileño. La multinacional informó de que sus volúmenes en Brasil volvieron a crecer en el tercer trimestre, lo que ayudó, junto con la mejora en México, a que la región de Américas alcanzara 23,6 millones de hectolitros, un 2,1% más que un año antes. En el acumulado del ejercicio, sin embargo, la región sigue en negativo, con 69,3 millones de hectolitros y una bajada del 1,6%.

En Brasil, Heineken señaló un aumento de dos dígitos para la marca Heineken y de un dígito alto para Amstel. Pese a esa mejora, su director financiero, Harold van den Broek, mantuvo un tono prudente sobre el cuarto trimestre en Brasil y en México. El ejecutivo dijo que las condiciones meteorológicas siguen perjudicando el consumo y citó, además, la inflación y la situación macroeconómica. En el caso brasileño, añadió la

fuerte volatilidad del real tras el resultado de las elecciones presidenciales.

El nuevo consejero delegado de Heineken, el brasileño Rafael Oliveira, estuvo en el país hace unas semanas y trasladó un mensaje parecido. Dijo que todavía percibe tensión económica en el mercado brasileño y que por eso mantiene una previsión conservadora para Américas. También avisó de que sigue siendo cauto con la evolución de los volúmenes de cerveza en Brasil y México durante el cuarto trimestre.

Mientras la demanda avanza con dificultad, el sector recibió con alivio las primeras reglas del nuevo Impuesto Selectivo incluidas en la reforma tributaria. Para las bebidas alcohólicas, el cambio más relevante llegará en 2027, cuando empezará a aplicarse ese gravamen y arrancará también la sustitución de PIS/Cofins por la CBS. El nuevo sistema se implantará de forma gradual hasta 2033, con la retirada progresiva de los tributos actuales.

El Sindicato Nacional de la Industria de la Cerveza, Sindicerv, considera que esas primeras directrices aportan previsibilidad a la transición. La patronal mantiene ahora sus gestiones con el Gobierno federal para que la reforma no eleve la carga fiscal del sector. Helena Romeiro de Araújo, nueva presidenta ejecutiva de la organización, señaló que la industria está defendiendo un debate técnico y que espera que continúe el diálogo con la Administración para preservar un marco fiscal neutral. Araújo asumió el cargo el pasado 2 de noviembre en sustitución de Márcio Maciel y es la primera mujer al frente de una entidad que cumplirá 78 años a finales de este mes.

La preocupación del sector no es menor por el peso económico de la cerveza en Brasil. El país es el tercer productor mundial, por detrás de Estados Unidos y China. Desde el campo hasta el consumo final, la cadena genera unos 2,5 millones de empleos directos, indirectos e inducidos y paga 50.000 millones de reales al año en impuestos. Sindicerv reúne a 12 cerveceras asociadas, entre ellas Ambev y Heineken, las dos mayores del país.

La evolución del consumo en Brasil y el diseño final de la reforma fiscal importan más allá de los resultados trimestrales de dos compañías. En uno de los mayores mercados cerveceros del mundo, un consumo débil y cambios en los impuestos pueden influir en precios, márgenes y decisiones de inversión, con posibles efectos también sobre otras

bebidas alcohólicas que quedarán bajo el Impuesto Selectivo.

Por ahora, los análisis de Bradesco BBI y Citi apuntan a un efecto inicialmente neutral de la reforma sobre la cerveza, sin presión adicional relevante sobre los precios a partir de 2027. Los dos bancos, no obstante, avisan de que todavía quedan puntos por definir en las siguientes etapas del Impuesto Selectivo, sobre todo los tipos que regirán desde 2028 y los ajustes previstos hasta 2033.