vinetur

AB InBev aumentou as receitas nos EUA em 0,8%, apesar da quebra dos volumes de cerveja

O aumento das receitas por hectolitro compensou a quebra das vendas a retalhistas e grossistas, evidenciando a crescente dependência da cervejeira dos preços e do mix de produtos

terça-feira, 3 de novembro de 2026



A AB InBev afirmou na segunda-feira, 2 de novembro, que a sua atividade nos EUA gerou receitas ligeiramente superiores nos primeiros nove meses de 2026, apesar da quebra dos volumes, num resultado que evidencia o peso crescente dos preços e do mix de produtos num mercado da cerveja menos dinâmico.

Segundo dados da empresa citados pela Shanken News Daily, as receitas da AB InBev nos EUA aumentaram 0,8% entre janeiro e setembro. As receitas por hectolitro subiram 3%, ajudando a compensar a quebra das vendas a retalhistas e grossistas. As vendas a retalhistas recuaram 1,7% no período, enquanto as vendas a grossistas diminuíram 2,1%. O EBITDA da atividade nos EUA caiu 1,3%.

Os dados sugerem que a AB InBev conseguiu proteger as receitas totais através do aumento das receitas por unidade, apesar da pressão sobre as expedições e a procura ao nível das lojas. Para as empresas de bebidas, esta tendência é relevante porque reflete uma pressão mais ampla sobre os volumes e as margens em várias categorias de bebidas alcoólicas, mostrando também como os aumentos de preços, as marcas premium e os produtos adjacentes em rápido crescimento podem contribuir para sustentar as vendas.

A AB InBev afirmou que o seu portefólio Beyond Beer, que inclui Cutwater e Nutrl, registou um crescimento das receitas na ordem dos dois dígitos baixos nos EUA. A empresa também disse que Michelob Ultra e Busch Light têm vindo a ganhar quota na categoria da cerveja. Na cerveja sem álcool, a Michelob Ultra Zero estava a impulsionar o crescimento das receitas na ordem dos trinta e muitos por cento, segundo a cervejeira.

Estas tendências são relevantes para além do negócio principal da cerveja. O desempenho da AB InBev mostra como as grandes empresas de bebidas alcoólicas estão a apostar cada vez mais em produtos prontos a beber, bebidas de malte aromatizadas e opções sem álcool, numa altura em que os volumes da cerveja tradicional estão sob pressão. Esta mudança poderá ter implicações mais amplas para cervejeiras, fornecedores de vinho e grupos de bebidas espirituosas que concorrem pelas mesmas ocasiões de consumo.

A AB InBev continua a ser a maior comercializadora de cerveja e bebidas de malte aromatizadas nos EUA, com um volume anual de 874 milhões de caixas de 2,25 galões, segundo a Impact Databank. A empresa está também a subir no ranking dos comercializadores de bebidas espirituosas e vinho, graças ao forte crescimento de marcas RTD, como Cutwater e BeatBox, segundo a empresa de análise de dados.

A atualização relativa aos EUA reforça o retrato de um mercado em que os principais fornecedores continuam a gerar crescimento das receitas, mas muitas vezes com menor contributo dos volumes físicos. Neste contexto, os aumentos das receitas por hectolitro e a expansão dos segmentos de maior crescimento poderão continuar a ser centrais na forma como as grandes empresas de bebidas gerem a desaceleração da procura dos consumidores e a pressão sobre a rentabilidade.