vinetur

Volume de cerveja sem álcool da Ambev no Brasil cresceu 42,9% no terceiro trimestre

O crescimento acelerou face ao trimestre anterior, apesar de uma queda de um dígito médio no conjunto do portefólio de cervejas da Ambev no Brasil

terça-feira, 3 de novembro de 2026



O negócio de cerveja sem álcool da Ambev no Brasil cresceu mais rapidamente no terceiro trimestre, apesar de o conjunto do portefólio de cervejas da empresa no seu mercado de origem ter evoluído em sentido contrário.

A CNN Brasil noticiou, a 1 de novembro, que o volume de cerveja sem álcool vendido pela Ambev no Brasil aumentou 42,9% em termos homólogos entre julho e setembro de 2026. O relatório trimestral da própria Ambev, divulgado a 29 de outubro, confirmou um crescimento na ordem dos 40% nesta categoria, embora não tenha publicado o valor decimal avançado pela CNN Brasil.

O valor aponta para uma aceleração face ao trimestre anterior. Entre abril e junho de 2026, a Ambev tinha indicado que o volume de cerveja sem álcool no Brasil aumentara na ordem dos 30% em termos homólogos. A comparação entre as duas divulgações da empresa mostra que o crescimento ganhou força entre julho e setembro.

O resultado é relevante por ter sido alcançado num período mais fraco para o negócio de cerveja de grande consumo da Ambev no Brasil. A empresa afirmou que o volume do seu portefólio geral de cervejas no país caiu a um ritmo de um dígito médio no terceiro trimestre. Isto significa que um dos segmentos mais pequenos, mas em crescimento, da cervejeira se expandiu rapidamente, enquanto o seu negócio principal de grande consumo contraiu.

A Ambev não divulgou o número de hectolitros vendidos na categoria de cerveja sem álcool em nenhum dos dois trimestres, nem apresentou um total acumulado de nove meses para o segmento. Sem os volumes de partida, não é possível calcular o aumento absoluto das vendas ou determinar em que medida o crescimento dos produtos sem álcool compensou a queda do volume de cerveja de grande consumo.

As divulgações da empresa também não mostram a evolução do mercado brasileiro de cerveja sem álcool no seu conjunto. Os dados dizem respeito apenas ao portefólio da Ambev no Brasil, e não à categoria em todo o país. Esta distinção é importante num mercado em que grandes cervejeiras e produtores de menor dimensão têm vindo a alargar a oferta de produtos com baixo ou nenhum teor alcoólico, mas onde os dados públicos muitas vezes são divulgados com atraso face à informação das empresas.

A Ambev é a principal cervejeira do Brasil em volume de cerveja, segundo o seu relatório anual de 2025. A sua evolução na categoria de cerveja sem álcool é, por isso, um indicador importante da procura dos consumidores no país, ainda que não ofereça uma visão completa do mercado. Um crescimento acentuado por parte do maior operador sugere que o segmento está a ganhar força mais rapidamente do que as linhas tradicionais de cerveja da empresa.

A cervejeira brasileira é controlada pela Anheuser-Busch InBev, grupo de raízes belgas que, em 2025, era o maior produtor de cerveja do mundo, com 484,19 milhões de hectolitros, segundo o fornecedor de dados do setor BarthHaas. Esta escala global tem ajudado as grandes cervejeiras a investir em marcas sem álcool, distribuição e marketing, numa altura em que os consumidores de muitos países demonstram maior interesse pela moderação, pela saúde e por opções com menos álcool.

No Brasil, o crescimento mais forte da cerveja sem álcool destaca-se porque o negócio ainda está em desenvolvimento e parte de uma base menor do que a das cervejas lager convencionais e de outros produtos de grande consumo. É mais fácil alcançar aumentos percentuais rápidos numa categoria jovem, mas a mudança continua a ser significativa quando ocorre na maior cervejeira do país, num trimestre em que o volume total de cerveja da empresa enfraqueceu.

Os dados do terceiro trimestre não incluíram uma discriminação por marca, segmento de preço ou região do Brasil. A Ambev também não indicou no relatório que proporção do volume total de cerveja vendido no país corresponde agora a produtos sem álcool. Ficam, assim, por esclarecer várias questões, incluindo se o crescimento foi impulsionado sobretudo por compras repetidas, por uma distribuição mais ampla no retalho, pela entrada de novos consumidores na categoria ou por uma combinação destes fatores.

Apesar destas limitações, o contraste entre as categorias ficou claro na informação divulgada pela empresa. Entre julho e setembro, o negócio de cerveja sem álcool da Ambev no Brasil cresceu mais de 40% em termos homólogos, enquanto o seu portefólio de cervejas de grande consumo recuou a um ritmo de um dígito médio. A diferença sugere que a procura no Brasil dentro do portefólio da empresa está a tornar-se mais desigual, com a cerveja sem álcool a ganhar dinamismo enquanto o volume tradicional enfrenta pressão.

O valor de 42,9% avançado pela CNN Brasil acrescenta precisão à declaração mais geral da Ambev, mas a fonte primária continua a ser o comunicado trimestral da cervejeira, de 29 de outubro, que descreveu o aumento apenas como estando na ordem dos 40%. Os dados referem-se a uma medida de volume físico, não a receitas, preços ou efeitos cambiais. Comparam os volumes de vendas entre julho e setembro de 2026 com os do mesmo período de 2025.

Para investidores e analistas, isto significa que a atualização trimestral revela a direção e o ritmo da evolução, mas não o impacto económico total da categoria. Um rápido aumento do volume pode indicar uma procura forte, mas, sem dados sobre os totais em hectolitros, os preços ou as margens, não é possível saber quanto contribuiu o segmento para os resultados ou se alterou de forma significativa a composição global

do negócio de cerveja da empresa no Brasil durante o trimestre.