vinetur

Vendas de bebidas espirituosas nos EUA caíram 2,5% no final de outubro, pressionadas pela menor procura dos consumidores

A subida semanal antes das festas pouco compensou as quedas do whisky e da vodka, deixando o crescimento a cargo da tequila e das bebidas espirituosas sem álcool

terça-feira, 3 de novembro de 2026



As vendas de bebidas espirituosas nos EUA continuaram sob pressão nas quatro semanas terminadas a 24 de outubro, apesar da recuperação das receitas semanais à medida que se aproximavam o Halloween e o início da época de convívio das festas, segundo o relatório Spirits Pulse de outubro de 2026 da NielsenIQ.

A NIQ indicou que as vendas em valor de bebidas espirituosas no total, excluindo cocktails pré-preparados, caíram 2,5% face ao ano anterior no período, enquanto o volume recuou 2,4%. A empresa afirmou que a menor procura dos consumidores e a pressão económica mais generalizada foram os principais motivos da queda, explicando 88% do recuo.

Ao mesmo tempo, as vendas melhoraram em termos semanais, à medida que os retalhistas se aproximavam de um dos períodos sazonais mais movimentados da categoria. A NIQ indicou que as vendas de bebidas espirituosas atingiram 521,6 milhões de dólares na semana mais recente analisada, mais 1,7% do que na semana anterior. O relatório descreveu esta subida como um sinal de compras sazonais associadas ao Halloween e aos convívios das festas.

O relatório revelou resultados díspares entre as maiores categorias de bebidas espirituosas. O whisky registou perdas mais acentuadas do que o mercado em geral, com uma queda de 4,8% nas vendas em valor e de 5,3% no volume. A vodka teve um desempenho um pouco melhor, embora também tenha permanecido em queda, com as vendas em valor a recuarem 1,2% e o volume, 1,9%.

A tequila foi uma das poucas categorias de grande dimensão que continuou a crescer. A NIQ indicou que as vendas de tequila em valor subiram 0,6% e o volume aumentou 5,1%. As bebidas espirituosas sem álcool registaram os maiores ganhos do relatório, com as vendas em valor a subirem 20,4% e o volume, 22,0%, dando continuidade a um ritmo de crescimento superior ao dos segmentos tradicionais de bebidas espirituosas.

Todas as restantes categorias de bebidas espirituosas, em conjunto, caíram 2,5% em valor e 3,5% em volume, segundo a NIQ. No relatório, este grupo incluía brandy, cognac, licores, gin, álcool de cereais e rum. Os resultados sugerem que o crescimento continuou limitado a um pequeno número de categorias, em vez de se alargar ao mercado.

Entre os fabricantes, a Diageo manteve-se na liderança em vendas em valor, mas a NIQ indicou que as suas vendas recuaram 6,5%, com uma quebra de 74 800 caixas no volume. A Sazerac ficou em segundo lugar e foi um dos fornecedores de maior dimensão com melhor desempenho, com uma subida de 5,8% nas vendas em valor e

de 54 100 caixas no volume. A Bacardi ocupou o terceiro lugar, com as vendas em valor a aumentarem 2,7% e o volume a crescer 5 400 caixas.

A Fifth Generation, fabricante da Tito’s Handmade Vodka, ficou em quarto lugar entre os fabricantes em vendas em valor e registou um crescimento de 6,6% nesse indicador, além de um aumento de 18 900 caixas. A Suntory Global Spirits ocupou o quinto lugar, com uma queda de 6,4% nas vendas em valor e uma diminuição de 43 800 caixas no volume.

A classificação da NIQ dos fabricantes por crescimento em valor foi liderada pela Sazerac, seguida pela Fifth Generation e pela Bacardi. A Constellation ficou em quarto lugar, com as vendas em valor a subirem 21,5% e o volume a aumentar 6 400 caixas. A Frederick Wildman ocupou o quinto lugar, com um crescimento de 33,4% nas vendas em valor, embora o aumento do volume tenha sido comparativamente reduzido, de 194 caixas.

Ao nível das marcas, a Tito’s Vodka manteve a liderança em vendas em valor e foi também uma das poucas marcas de topo a registar crescimento. A NIQ indicou que as vendas da Tito’s em valor subiram 4,8%, com um aumento de 13 900 caixas no volume. A Crown Royal ficou em segundo lugar, mas as vendas em valor caíram 9,7% e o volume recuou 21 000 caixas.

A Jack Daniel’s ocupou o terceiro lugar e registou uma queda de 8,2% nas vendas em valor, com o volume a diminuir 20 900 caixas. A Don Julio ficou em quarto lugar, com as vendas em valor a recuarem 5,4% e o volume, 4 100 caixas. A Fireball Whiskey ocupou o quinto lugar e registou uma queda de 7,1% nas vendas em valor, além de uma diminuição de 25 900 caixas.

Em termos de crescimento em valor, a W.L. Weller liderou as principais marcas incluídas no relatório, com as vendas a subirem 105,1% e o volume a aumentar 8 600 caixas. Seguiu-se a Cazadores, com um crescimento de 56,0% em valor e um aumento de 24 300 caixas. A Tito’s Vodka ficou em terceiro lugar nesta classificação, enquanto a Lunazul Tequila ocupou o quarto, com as vendas em valor a subirem 17,0% e o volume a aumentar 11 800 caixas. A Svedka ficou em quinto lugar, com as vendas em valor a subirem 16,0% e o volume a aumentar 32 100 caixas.

Os dados da NIQ apontam para um mercado de bebidas espirituosas que continua a contrair-se no seu conjunto, mas de forma desigual. Categorias de base de grande dimensão, como o whisky e a vodka, continuaram a enfraquecer no período terminado a 24 de outubro, enquanto a tequila e as bebidas espirituosas sem álcool mantiveram a procura dos consumidores. O relatório mostrou também que alguns dos maiores ganhos se concentraram num punhado de marcas e fornecedores, em vez de se distribuírem pelo mercado em geral.