vinetur

Concha y Toro prevê crescimento das vendas até 4,7% em 2027

As receitas do terceiro trimestre caíram 2,2%, mas a procura mais forte nos EUA sugeriu que a quebra estava a abrandar

quarta-feira, 4 de novembro de 2026



A Viña Concha y Toro afirmou que espera que as vendas voltem a crescer em 2027, prevendo um aumento entre 1,9% e 4,7%, após apresentar resultados mais fracos, mas em recuperação, no terceiro trimestre.

O produtor chileno de vinho, descrito pela Harpers Wine & Spirit Trade News como a terceira maior empresa vinícola do mundo, afirmou que os resultados do terceiro trimestre revelaram uma tendência mais favorável do que no primeiro semestre. As receitas entre julho e setembro caíram 2,2% face ao mesmo período de 2025, para 2,46 mil milhões de pesos chilenos, mas a quebra foi menor do que no início do ano e as vendas ficaram próximas do nível do ano passado. O resultado líquido do trimestre aumentou 2,6% em termos homólogos.

A empresa afirmou que a descida das vendas refletiu sobretudo a valorização do peso chileno face às principais moedas utilizadas na sua atividade internacional, bem como a forte concorrência no Reino Unido. Estas pressões foram parcialmente compensadas por melhores resultados noutros países e pela inclusão da Maison Mirabeau, produtora de rosé da Provença na qual a Concha y Toro adquiriu uma participação maioritária no início de 2026.

Os Estados Unidos foram um dos mercados com melhor desempenho da empresa no trimestre. A Concha y Toro afirmou que a atividade começou a normalizar nesse país, à medida que se aproximava do fim de uma transição de distribuidor iniciada no início de 2026. A empresa também registou um desempenho positivo no Chile, onde as vendas aumentaram 1,0% face ao terceiro trimestre de 2025, e afirmou que grande parte da América Latina também apresentou ganhos, incluindo o Brasil e o México.

O presidente executivo, Eduardo Guilisasti, afirmou que os resultados demonstraram o valor de uma carteira diversificada numa altura em que os consumidores de muitos mercados dispõem de menor poder de compra. Segundo o responsável, a dimensão da empresa e o seu modelo de negócio permitiram-lhe responder à evolução das condições, enquanto um programa de eficiência operacional e um plano de transformação digital continuaram a apoiar a estratégia comercial.

Com base nestes fatores, a Concha y Toro afirmou que espera que as vendas recuperem em 2027. A empresa manteve também o objetivo de longo prazo de alcançar, até 2030, uma taxa de crescimento anual composta entre 1,6% e 3%. Afirmou ainda que o seu plano de eficiência e simplificação deverá gerar poupanças de cerca de 28 mil milhões de pesos chilenos ao longo de 2026 e 2027.

A atualização é acompanhada de perto no setor das bebidas, uma vez que a Concha y Toro é uma importante exportadora, com ampla exposição aos Estados Unidos, à América Latina, à Europa e ao seu mercado interno. Os seus resultados dão uma indicação útil sobre a procura de vinho em regiões-chave e mostram também como as taxas de câmbio, a concorrência nos grandes mercados de retalho e as mudanças na distribuição podem afetar o desempenho. Para outras empresas de bebidas, incluindo produtores de cerveja e bebidas espirituosas com forte exposição internacional, a evolução da empresa poderá dar uma indicação precoce da forma como a procura global dos consumidores e as variações cambiais estão a influenciar as vendas.

Os números do terceiro trimestre também evidenciam a natureza desigual da recuperação. O crescimento nos Estados Unidos e em algumas regiões da América Latina ajudou a estabilizar a atividade, mas a empresa continuou sujeita à pressão das variações cambiais e a um contexto difícil no Reino Unido. Esta combinação sugere que, no curto prazo, a evolução dos volumes poderá não ser o único fator a determinar o desempenho dos grandes grupos de bebidas, sobretudo quando as receitas são convertidas para moedas nacionais mais fortes.

As perspetivas mais recentes da Concha y Toro indicam que a administração acredita que o controlo interno de custos e a execução comercial podem compensar algumas dessas pressões externas. O contributo da Maison Mirabeau mostra também como as aquisições estão a ser utilizadas para acrescentar categorias e mercados numa altura em que continua a ser difícil alcançar crescimento orgânico em algumas regiões.