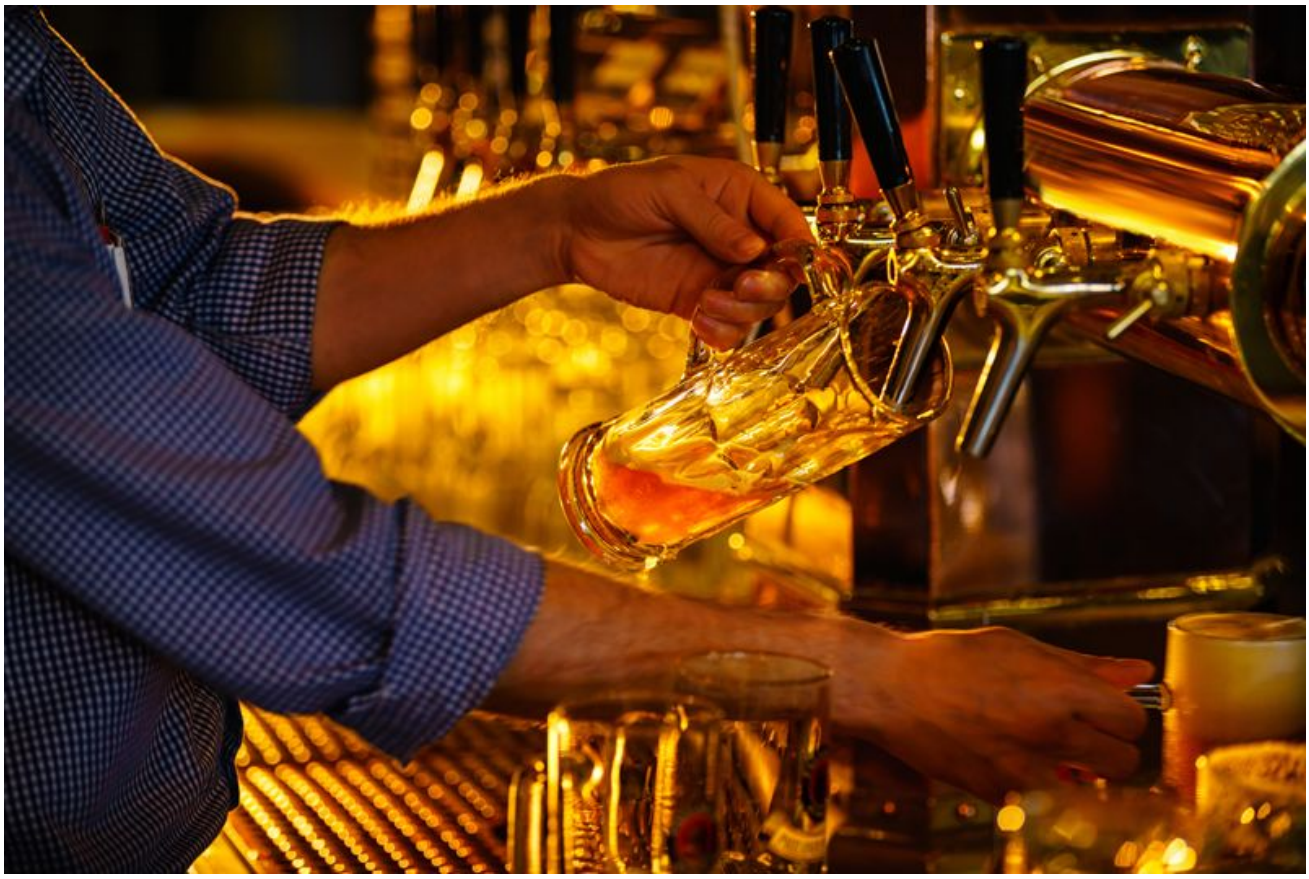
vinetur

Wetherspoon regista subida de 9,4% nas vendas de bebidas nos pubs no primeiro trimestre

A cadeia manteve inalteradas as previsões de lucro, após as vendas totais em estabelecimentos comparáveis crescerem 8,2% nas 14 semanas até 1 de novembro

quinta-feira, 5 de novembro de 2026



A JD Wetherspoon afirmou na quarta-feira que as vendas de bebidas nos seus pubs continuaram a crescer a um ritmo forte, reforçando os sinais de que a procura no mercado britânico de pubs se manteve apesar da pressão dos custos sobre os operadores e da concorrência persistente das vendas de bebidas alcoólicas nos supermercados.

Numa atualização sobre a atividade no primeiro trimestre, a cadeia de pubs afirmou que as vendas de bebidas em estabelecimentos comparáveis aumentaram 9,4% nas 14 semanas até 1 de novembro. As vendas totais em estabelecimentos comparáveis cresceram 8,2% no mesmo período. A empresa afirmou também que continua confiante nas suas expectativas de lucro e que planeia abrir até 25 novos estabelecimentos.

A atualização sugere que as despesas dos clientes em cerveja, vinho e bebidas espirituosas nos pubs se mantiveram resilientes no início do exercício financeiro da empresa. Esta evolução é relevante para além da própria Wetherspoon, uma vez que os grandes grupos de pubs são frequentemente considerados pelo setor das bebidas um indicador da procura no canal de consumo no local, sobretudo pelos produtores de cerveja e fornecedores de vinho e bebidas espirituosas que dependem dos volumes vendidos em pubs e bares.

Ao mesmo tempo, os números surgem num contexto difícil para as empresas de hotelaria e restauração. Os custos laborais continuam a ser um problema importante para os operadores de pubs, e os supermercados mantêm uma concorrência agressiva nas vendas de bebidas alcoólicas para consumo em casa. Um crescimento mais forte das vendas de bebidas nos pubs pode, por isso, apontar para uma afluência estável de clientes, mas não elimina a pressão mais ampla sobre as margens em todo o setor.

A afirmação da Wetherspoon de que continua a esperar que os lucros correspondam às expectativas do mercado será provavelmente interpretada como um sinal de que a administração considera que o aumento das vendas pode continuar a compensar parte dos encargos com custos. O plano de abrir até mais 25 estabelecimentos indica também que a empresa continua a ver margem para expandir a sua rede, apesar de muitas empresas de hotelaria e restauração continuarem cautelosas quanto ao

investimento.

Os investidores e fornecedores estarão também atentos à diferença entre o crescimento das vendas de bebidas da empresa e o aumento das vendas totais em estabelecimentos comparáveis. A subida de 9,4% nas vendas de bebidas em estabelecimentos comparáveis superou o aumento de 8,2% nas vendas totais, sugerindo que as bebidas tiveram um peso particularmente forte na composição das vendas durante o período.

Para o mercado das bebidas em geral, esta tendência poderá ser significativa se se repetir entre outros operadores de pubs nos próximos meses. Poderá indicar que os consumidores continuam dispostos a gastar em ocasiões de convívio com bebidas fora de casa, mesmo com os orçamentos familiares sob pressão e a forte concorrência dos retalhistas nos preços das bebidas alcoólicas para consumo em casa.

A Wetherspoon não alterou as suas perspetivas globais de lucro nesta atualização. As suas declarações apontaram antes para uma atividade estável nas primeiras semanas do ano, com a administração a manter os planos de expansão enquanto acompanha as mesmas pressões sobre os custos e a procura que continuam a moldar o mercado mais amplo dos pubs e das bebidas.