vinetur

Diageo regista queda nas vendas de cerveja na Grã-Bretanha e na Irlanda no trimestre

A Guinness cresceu a dois dígitos em África e na Alemanha, Áustria e Suíça, sustentando as vendas de cerveja noutras regiões

sexta-feira, 6 de novembro de 2026



A Diageo afirmou na quinta-feira, 5 de novembro, que o seu negócio de cerveja na Grã-Bretanha e na Irlanda recuou no trimestre de julho a setembro, apesar de a Guinness ter registado um crescimento de dois dígitos em África e nos mercados de língua alemã

da Alemanha, Áustria e Suíça.

O grupo britânico de bebidas revelou, na sua atualização trimestral da atividade, que as vendas líquidas orgânicas de cerveja na Grã-Bretanha e na Irlanda caíram a um ritmo de um dígito baixo face ao mesmo trimestre de 2025. No mesmo comunicado, a empresa afirmou que a Guinness cresceu a dois dígitos tanto em África como no mercado conjunto da Alemanha, Áustria e Suíça. No conjunto da Europa, Médio Oriente e África, a Diageo disse que as vendas líquidas de cerveja aumentaram a um ritmo de um dígito baixo.

Os números revelam um cenário desigual para uma das marcas de cerveja mais importantes da Diageo. A Guinness tem vindo a expandir-se para além da sua base tradicional, mas a atualização da empresa mostrou pressão em dois mercados centrais, onde o portefólio de cerveja em geral recuou. Esta distinção é importante porque a queda na Grã-Bretanha e na Irlanda abrangeu as vendas totais de cerveja da Diageo, enquanto o crescimento mais forte em África e na Alemanha, Áustria e Suíça dizia respeito especificamente à Guinness.

A Diageo não divulgou os montantes de vendas por mercado, os valores dos lucros ou os volumes de cerveja dessas regiões na atualização. O comunicado apresentou intervalos de crescimento, em vez de percentagens exatas, e os resultados não foram auditados. Por conseguinte, a informação divulgada pela empresa não indica quantos hectolitros foram vendidos nem se as variações das receitas se deveram sobretudo ao volume, aos preços ou à composição dos produtos.

O desempenho é relevante porque a Guinness continua fortemente dependente de um pequeno grupo de mercados importantes. A Diageo afirmou que a Grã-Bretanha, a Irlanda e os Estados Unidos representaram 54% do valor global das vendas a retalho da Guinness em 2024. Esta concentração torna significativa qualquer fragilidade nos seus mercados de origem e nas regiões próximas, mesmo quando a marca cresce rapidamente noutros locais.

A Diageo é um importante interveniente na produção mundial de cerveja, embora esta represente apenas uma parte do seu negócio mais amplo de bebidas. Segundo a BarthHaas, a empresa ocupou o 12.º lugar mundial em produção de cerveja em 2025,

com 24,42 milhões de hectolitros. A Guinness é a sua marca de cerveja mais conhecida e uma das mais visíveis do seu portefólio, o que confere maior relevância às mudanças regionais na procura.

A atualização da empresa sugere que a Guinness continua a ganhar força em mercados onde tem investido na distribuição e na construção da marca. África tem sido há vários anos uma das regiões de maior crescimento da marca, apoiada por posições locais consolidadas em países como a Nigéria e o Gana. O aumento de dois dígitos na Alemanha, Áustria e Suíça também aponta para a continuidade do dinamismo na Europa continental, onde a Guinness tem procurado reforçar a sua presença em bares, cadeias de retalho e novas ocasiões de consumo.

Ao mesmo tempo, a queda na Grã-Bretanha e na Irlanda mostra que os ganhos no estrangeiro não estão a proteger totalmente a Diageo da pressão nos mercados maduros. A Diageo não detalhou as razões da descida das vendas de cerveja nesses mercados, e a atualização não incluiu comentários pormenorizados sobre as despesas dos consumidores, os preços ou a concorrência nesses países. Sem dados exatos sobre vendas ou volumes, não é possível determinar até que ponto a fragilidade se fez sentir entre as marcas nem se a própria Guinness teve um desempenho inferior nesses mercados.

O quadro regional mais amplo foi mais positivo. Ao indicar um crescimento de um dígito baixo nas vendas de cerveja em toda a Europa, Médio Oriente e África, a Diageo assinalou que a expansão nos mercados fora da Grã-Bretanha e da Irlanda foi suficiente para manter em alta o negócio de cerveja da região no seu conjunto. Ainda assim, o resultado sublinha também a desigualdade do trimestre: o forte crescimento da Guinness em regiões específicas compensou resultados mais fracos numa parte fundamental da base tradicional da empresa, em vez de refletir um dinamismo uniforme em toda a região.

Como a empresa divulgou apenas tendências das vendas líquidas orgânicas, a atualização deixa também em aberto questões sobre o equilíbrio entre os preços e o consumo subjacente. Os valores das vendas orgânicas excluem os efeitos de aquisições, alienações e variações cambiais, o que os torna úteis para comparar o desempenho operacional. Mas, sem valores absolutos de receitas ou volumes, os

investidores e analistas não conseguem determinar quanto mudou, em termos físicos, a procura de cerveja na Grã-Bretanha, na Irlanda, em África ou nos mercados de língua alemã.