vinetur

Coors Banquet regista o 21.º trimestre consecutivo de ganhos de quota em volume no mercado cervejeiro dos EUA

A Molson Coors afirmou que a marca esteve entre as cinco que mais ganharam quota nos EUA entre julho e setembro

sexta-feira, 6 de novembro de 2026



A Coors Banquet registou o 21.º trimestre consecutivo de ganhos de quota em volume no mercado cervejeiro dos Estados Unidos, entre julho e setembro, prolongando uma trajetória de crescimento que já dura há mais de cinco anos.

A Molson Coors Beverage Co. revelou esta sequência numa apresentação de resultados divulgada na quinta-feira, 5 de novembro. A empresa afirmou também que a Coors Banquet esteve entre as cinco marcas de cerveja dos EUA que mais ganharam quota em volume durante o trimestre.

A empresa não divulgou a quota de mercado exata da Coors Banquet, o número de pontos de quota ganhos nem o número de caixas vendidas no trimestre. Isso limita a avaliação, em termos absolutos, do recente dinamismo da marca. Ainda assim, a sequência de 21 trimestres mostra que a Coors Banquet continuou a reforçar a sua posição face às marcas de cerveja concorrentes ao longo de um período prolongado.

A quota de mercado em volume mede a proporção do volume total de vendas de cerveja que cabe a uma marca, em relação ao restante mercado. Uma marca pode ganhar quota mesmo que as suas próprias vendas não aumentem, desde que tenha um desempenho melhor do que os concorrentes ou registe uma quebra menos acentuada do que a categoria no seu conjunto. Por esse motivo, a informação divulgada pela Molson Coors aponta para progressos competitivos, mas não necessariamente para um aumento direto das expedições totais no trimestre.

A declaração da empresa também não significa que a Coors Banquet seja uma das cinco maiores marcas de cerveja do país em vendas totais. A classificação citada pela Molson Coors diz respeito apenas aos ganhos de quota durante o trimestre, e não à dimensão global da marca.

A Coors Banquet já tinha apresentado um forte crescimento recente nos dados de vendas anuais. Segundo a Impact Databank, a marca aproximou-se dos 29 milhões de caixas de 2,25 galões em 2025, acima dos 26,2 milhões em 2024. Estes valores dizem respeito à própria marca e são distintos da produção total da Molson Coors.

A Molson Coors, um grupo cervejeiro norte-americano e canadiano, foi o quinto maior produtor de cerveja do mundo em 2025, com 75,26 milhões de hectolitros, segundo a BarthHaas. Esta dimensão global confere ainda maior relevância ao desempenho da Coors Banquet, que se tornou um dos exemplos mais claros da empresa de dinamismo sustentado de uma marca no seu mercado doméstico.

A atualização surge numa altura em que as principais cervejeiras continuam a disputar quota num mercado cervejeiro norte-americano maduro, onde é frequentemente difícil encontrar crescimento e as preferências dos consumidores continuam a mudar entre segmentos de preço, formatos de embalagem e categorias de bebidas. Neste contexto, uma marca que consiga registar ganhos de quota em volume durante 21 trimestres

consecutivos destaca-se como um caso raro de avanço comercial sustentado, em vez de um salto de curto prazo associado a uma única campanha ou a um impulso sazonal.

A Molson Coors não forneceu mais pormenores sobre os fatores que impulsionaram os ganhos de quota da Coors Banquet no último trimestre. A apresentação da empresa, conforme citada por fontes secundárias, centrou-se na duração da sequência e na posição da marca entre as que mais ganharam quota nos Estados Unidos durante o trimestre.