vinetur

Wilding Brands encerra a cervejeira Denver Canworks

A produção da Denver Beer Co., Great Divide e Upslope será transferida para um cervejeiro contratado não identificado

domingo, 8 de novembro de 2026



A Wilding Brands encerrou a sua cervejeira Denver Canworks e transferirá a produção da Denver Beer Co., Great Divide e Upslope para um cervejeiro contratado externo, segundo uma notícia da BeerAlien.

A mudança significa que a empresa deixará de produzir essas cervejas nas suas próprias instalações de produção em Denver. A BeerAlien noticiou que as marcas continuarão no mercado, mas a Wilding Brands ainda não identificou a cervejeira que assumirá a produção.

A mudança representa uma importante alteração operacional para uma empresa que gere várias marcas conhecidas de cerveja artesanal do Colorado. Em vez de produzir e engarrafar a cerveja nas suas próprias instalações, a Wilding Brands recorrerá a outro produtor para fabricar os produtos por contrato. Este modelo permite ao proprietário de uma marca continuar a vender cerveja com os seus próprios rótulos, enquanto outra cervejeira assegura a produção.

A notícia não indicou que volume será transferido, quando começará o acordo de produção externa nem de que forma o encerramento afetará os trabalhadores ligados às instalações de Denver. Também não identificou o motivo da decisão. Sem esses detalhes, ainda não é claro se a empresa considera a produção por contrato uma medida temporária ou uma mudança de estratégia a longo prazo.

Ainda assim, a decisão destaca-se no contexto mais amplo do setor cervejeiro. A exploração de uma cervejeira exige elevados investimentos em equipamento, mão de obra, serviços públicos, embalagens e instalações. Para um grupo de cerveja artesanal, externalizar a produção pode reduzir esses custos fixos e eliminar a pressão de manter uma unidade a funcionar com um volume suficientemente elevado para justificar essas despesas. Pode também ajudar a manter marcas estabelecidas no mercado quando os padrões da procura mudam ou quando uma unidade própria deixa de se adequar à área de vendas da empresa.

Por isso, o encerramento é relevante para além de uma única empresa. No setor das bebidas dos EUA, e em particular no segmento da cerveja artesanal, alguns produtores têm reavaliado se precisam de controlar todas as etapas do processo de fabrico. Quando um grupo com várias marcas reconhecidas passa a recorrer à produção por contrato, isso pode refletir um tipo de reestruturação que outros cervejeiros também poderão ponderar, numa tentativa de proteger as margens e manter as marcas no mercado.

Para os grossistas e retalhistas, o impacto imediato poderá ser limitado se o abastecimento continuar sem interrupções. As principais questões deverão ser a consistência e a execução. Quando a produção passa para outra cervejeira, as empresas têm de preservar as receitas, os controlos de qualidade, as normas de embalagem e o calendário de lançamentos. Se esses elementos se mantiverem, os consumidores poderão notar poucas alterações. Caso contrário, a transição poderá afetar a perceção da marca e o desempenho nas prateleiras.

A decisão reflete também a pressão que tem afetado algumas áreas do mercado da cerveja artesanal. Muitos cervejeiros têm enfrentado um crescimento mais lento, uma concorrência mais apertada pelo espaço nas torneiras e nas lojas e uma sensibilidade persistente aos custos. Neste contexto, encerrar uma cervejeira e manter as marcas à venda através de um parceiro de produção por contrato pode ser uma forma de reduzir o risco industrial sem abandonar o mercado.

No caso da cerveja do Colorado, a decisão merece particular atenção porque Denver Beer Co., Great Divide e Upslope são marcas estabelecidas e amplamente reconhecidas. Manter essas marcas no mercado através de uma cervejeira externa sugere que a Wilding Brands procura preservar o valor dos rótulos, afastando-se ao mesmo tempo dos custos de exploração das suas próprias instalações de produção. Muito dependerá da cervejeira escolhida, da forma como a transição for gerida e da capacidade das marcas para manter o abastecimento e a qualidade ao abrigo do novo acordo.