vinetur

Halloween impulsiona vendas de bebidas alcoólicas no retalho dos EUA em 1,5%, para 1,45 mil milhões de dólares

Dados da Circana revelaram um aumento das despesas no retalho, apesar de uma quebra de 0,2% nas vendas em caixas, dando um primeiro sinal da procura na época festiva

terça-feira, 10 de novembro de 2026



O Halloween deu um raro impulso ao setor das bebidas alcoólicas nos EUA num ano irregular, com as vendas a retalho para consumo fora do estabelecimento a subirem durante a semana do feriado, segundo dados semanais de leitura de vendas da empresa de estudos de mercado Circana, citados na segunda-feira, 9 de novembro, pela Brewbound.

Nos canais de venda a retalho de múltiplos formatos e de conveniência dos EUA acompanhados pela Circana, as vendas em valor do conjunto das bebidas alcoólicas ultrapassaram os 1,45 mil milhões de dólares na semana terminada a 1 de novembro. O valor representou uma subida de 1,5% face à mesma semana do ano anterior. O volume, medido em caixas vendidas, manteve-se praticamente estável, com uma descida de 0,2%.

O período incluiu todo o fim de semana de Halloween, a 31 de outubro, uma ocasião do calendário que muitas vezes dá a fornecedores e retalhistas uma leitura de curto prazo da procura dos consumidores antes do período mais intenso de vendas do Dia de Ação de Graças e de dezembro. Os dados mais recentes sugerem que as compras associadas à época festiva foram suficientemente fortes para fazer crescer a categoria em valor, embora o volume físico tenha registado poucas alterações.

A Brewbound noticiou que a cerveja também registou crescimento nas mesmas leituras semanais da Circana, contribuindo para o aumento mais amplo do setor. O excerto do relatório disponível não incluía um valor separado para as vendas de cerveja, mas o resultado geral aponta para uma melhoria das vendas ao consumidor numa categoria que tem enfrentado pressões em algumas áreas do retalho.

Os dados abrangem as vendas para consumo fora do estabelecimento, ou seja, bebidas alcoólicas compradas em canais de retalho, em vez de consumidas em bares ou restaurantes. Esta distinção é importante, uma vez que o desempenho das mercearias, das grandes superfícies e das lojas de conveniência pode oferecer uma perspetiva diferente da procura no canal de consumo no local, sobretudo nas épocas festivas, quando os consumidores costumam abastecer-se para festas e convívios em casa.

A diferença entre o crescimento em valor e o volume de caixas praticamente estável também indica que as receitas aumentaram mais depressa do que o número de caixas vendidas. Os dados da Circana incluídos no excerto não discriminam a razão dessa diferença, mas mostram que a melhoria moderada das vendas não resultou de um aumento generalizado do consumo em volume.

Para cervejeiras, adegas, produtores de bebidas espirituosas e distribuidores, os resultados da semana do Halloween constituem um primeiro sinal enquanto as empresas planeiam os stocks, as promoções e os envios para o resto da época festiva. Ainda assim, uma semana com leituras de vendas mais fortes não basta, por si só, para demonstrar uma recuperação duradoura da procura de bebidas alcoólicas, que tem sido influenciada pela mudança dos hábitos de consumo, pela concorrência entre categorias e pela pressão sobre as despesas não essenciais.

Ainda assim, a semana terminada a 1 de novembro destacou-se por interromper uma série de desempenhos mais fracos nas épocas festivas de 2026 e por fazer crescer o conjunto das bebidas alcoólicas no retalho. Com as festas de fim de ano ainda pela frente, é provável que produtores e vendedores acompanhem de perto os próximos relatórios semanais da Circana para perceber se o impulso do Halloween se prolonga e dá lugar a uma dinâmica sazonal mais ampla.