vinetur

Consumo de álcool cresceu 1% fora dos EUA e da China no primeiro semestre de 2026

Os dados da IWSR revelam uma descida de 1% em 21 mercados importantes, após a procura cair 4% nos EUA e 3% na China

quarta-feira, 11 de novembro de 2026



O consumo de bebidas alcoólicas em 21 mercados importantes caiu 1% no primeiro semestre de 2026 face ao período homólogo, mas o cenário mudou significativamente quando os Estados Unidos e a China foram excluídos do total, de acordo com dados divulgados pela IWSR na terça-feira, 10 de novembro.

A IWSR afirmou que o seu conjunto de dados relativo ao primeiro semestre de 2026 abrange 21 mercados, que representam 76% do consumo mundial de bebidas alcoólicas. No conjunto, o volume total de bebidas alcoólicas diminuiu 1% entre o primeiro semestre de 2025 e o primeiro semestre de 2026. Excluindo os EUA e a China, porém, o consumo aumentou 1%, impulsionado pelo crescimento no Brasil, na Índia, na Colômbia, na África do Sul e no Reino Unido.

O relatório aponta para um fosso cada vez maior entre os dois maiores mercados mundiais de bebidas alcoólicas e muitos outros países. Nos EUA, o consumo total de bebidas alcoólicas caiu 4%, com descidas na cerveja, de 4%, no vinho tranquilo, de 6%, e nas bebidas prontas a beber, de 4%. Na China, o consumo total de bebidas alcoólicas diminuiu 3%, com a cerveja a cair 2%, o vinho tranquilo 9% e as bebidas espirituosas nacionais 12%.

Fora desses dois mercados, vários países registaram resultados mais fortes. A Índia teve um crescimento de 10% no volume total de bebidas alcoólicas, liderado pela cerveja com álcool, que subiu 16%, pelas bebidas prontas a beber, com uma subida de 12%, e pelo whisky indiano, que cresceu 4%. O Brasil cresceu 3%, com aumentos na cerveja com álcool, de 3%, na cerveja sem álcool, de 11%, e nas bebidas prontas a beber, de 9%. A Colômbia avançou 9%, impulsionada pela cerveja com álcool, que subiu 8%, pela cerveja sem álcool, com um aumento de 11%, e pelas bebidas prontas a beber, que dispararam 110%.

A África do Sul registou um crescimento de 5%, apoiado pela cerveja com álcool, que subiu 5%, pelas bebidas prontas a beber, com um aumento de 4%, e pelo vinho tranquilo, que cresceu 3%. O Reino Unido avançou 2%, com a ajuda da cerveja com álcool, que subiu 2%, da cerveja sem álcool, com um aumento de 22%, e das bebidas prontas a beber, que cresceram 25%.

Por categoria, os dados mostram que a procura mundial de bebidas alcoólicas continuou sob pressão em alguns dos maiores segmentos da indústria. Segundo a IWSR, três categorias foram responsáveis por grande parte da descida de volume nos 21 mercados: a cerveja com álcool, que caiu menos de 1%, mas teve um impacto desproporcionado devido à sua dimensão; o vinho tranquilo, que recuou 4%; e as

bebidas espirituosas nacionais, que diminuíram 11%.

Algumas categorias continuaram a crescer. A cerveja sem álcool aumentou 8% nos 21 mercados. O whisky indiano cresceu 4% e o prosecco subiu 3%. Estes aumentos sugerem que os consumidores não estão a seguir uma única tendência em todos os tipos de bebidas alcoólicas, mas a redistribuir os seus gastos entre categorias e escalões de preço.

Para os produtores de vinho, os dados do vinho tranquilo estão entre os sinais mais claros de pressão. A categoria recuou 4% nos 21 mercados, com descidas mais acentuadas nos EUA e na China. O contraste com o crescimento de 3% do prosecco poderá intensificar as dúvidas do setor das bebidas sobre onde a procura se mantém e onde os produtores poderão ter de ajustar a composição dos produtos, os planos de exportação e as previsões comerciais. As empresas de cerveja e bebidas espirituosas poderão enfrentar decisões semelhantes, à medida que a fraqueza nos EUA e na China se afasta das tendências observadas em partes da América Latina, África e Ásia.

A IWSR afirmou que o primeiro semestre de 2026 continuou fraco em termos absolutos, mas foi melhor do que o período homólogo do ano anterior. A descida de 1% no volume total de bebidas alcoólicas representa uma melhoria face à quebra de 2% registada entre o primeiro semestre de 2024 e o primeiro semestre de 2025.

Sete mercados registaram crescimento homólogo no período mais recente: Brasil, México, Índia, Reino Unido, África do Sul, Colômbia e Tailândia. Seis mercados tiveram descidas menores do que no ano anterior: Alemanha, Japão, Itália, França, Polónia e Austrália. Espanha, Taiwan e os EUA registaram quedas em níveis sensivelmente semelhantes aos do ano anterior, enquanto a China, a Rússia, o Canadá, as Filipinas e os Países Baixos tiveram descidas mais acentuadas.

A IWSR afirmou que as tendências gerais de moderação e a utilização crescente de medicamentos GLP-1 estão a pesar sobre o consumo de bebidas alcoólicas a nível mundial, mas considerou que estes fatores, por si só, não explicam as quebras mais acentuadas nos EUA e na China. O grupo apontou para o abrandamento do crescimento económico e para pressões estruturais na China, incluindo uma crise imobiliária prolongada e o envelhecimento da população. Nos EUA, afirmou que as tarifas, a

pressão inflacionista e a incerteza económica geral tiveram um impacto mais forte nos consumidores.

Numa declaração divulgada juntamente com os dados, Marten Lodewijks, presidente e diretor-geral da IWSR, afirmou que a moderação se estava a tornar uma característica estrutural do mercado, apesar de o crescimento persistir em países como a Índia e o Brasil. Acrescentou que os números mais recentes revelavam um fosso cada vez maior entre os consumidores dos EUA e da China e os do resto do mundo.

Como os EUA e a China continuam a ser os maiores mercados da indústria em volume e valor, esta divergência tem implicações que vão muito além dos dois países. Para as empresas de bebidas, os fornecedores e os distribuidores, poderá influenciar a afetação do investimento, as categorias prioritárias e o planeamento para 2027. Os dados também sugerem que a fraqueza do vinho tranquilo e das bebidas espirituosas nacionais não se verifica de forma uniforme em todos os segmentos de bebidas alcoólicas, com as bebidas prontas a beber, a cerveja sem álcool e alguns produtos espumantes a revelarem maior resiliência em vários mercados.