vinetur

Vendas de cerveja no Japão aumentaram 22% em outubro após reforma fiscal

O primeiro mês completo ao abrigo das novas regras levou mais bebidas semelhantes à cerveja para essa categoria, limitando as comparações homólogas

quinta-feira, 12 de novembro de 2026



As vendas de cerveja no Japão aumentaram 22% em outubro face ao ano anterior, segundo uma estimativa do setor baseada nos volumes de vendas dos quatro maiores fabricantes do país. Este foi o primeiro apuramento mensal completo após uma revisão fiscal e alterações à classificação de alguns produtos.

O valor, noticiado pela Jiji Press e divulgado pela Nippon.com na quinta-feira, 12 de novembro, aponta para uma forte recuperação da categoria da cerveja em outubro de 2026, em comparação com outubro de 2025. No entanto, o aumento não significa, por si só, que o consumo de cerveja tenha crescido na mesma proporção numa base comparável, uma vez que parte da subida reflete a passagem de produtos de uma categoria distinta de bebidas semelhantes à cerveja para a categoria legal da cerveja.

Os meios de comunicação japoneses referiram que o resultado de outubro foi influenciado simultaneamente por dois fatores. Um foi a alteração fiscal, que reduziu a carga tributária sobre a cerveja e diminuiu a diferença face às alternativas sujeitas a impostos mais baixos. O outro foi uma mudança na composição dos produtos, uma vez que bebidas anteriormente comercializadas na chamada terceira categoria começaram a ser vendidas como cerveja.

Esta distinção é importante no mercado japonês de bebidas, onde a cerveja há muito compete com categorias afins, cujos produtos se assemelham a cerveja, mas são tratados de forma diferente pelas regras fiscais e de classificação dos produtos. Durante anos, os fabricantes recorreram a essas categorias para vender alternativas mais baratas. Após a mais recente reforma, alguns desses produtos foram reformulados ou reposicionados para poderem ser vendidos como cerveja.

A FNN, o serviço de notícias da Fuji Television, noticiou na quinta-feira, 12 de novembro, que a mudança de categoria alterou substancialmente a composição do mercado. Segundo a notícia, a cerveja passou a representar cerca de 80% do conjunto mais amplo de cerveja e bebidas semelhantes, contra cerca de 60%, uma variação de aproximadamente 20 pontos percentuais. Isto significa que uma parcela maior do que os consumidores compraram em outubro foi contabilizada como cerveja do que no mesmo mês de 2025.

Devido a essa mudança, o aumento anunciado de 22% não é diretamente comparável com uma medida da procura calculada com um âmbito constante. Nenhuma das duas notícias citadas divulgou os volumes absolutos de vendas em litros, um valor comparável acumulado no ano ou uma discriminação que indique quanto do aumento se deveu aos efeitos fiscais e quanto resultou da reclassificação de produtos como cerveja.

Ainda assim, a estimativa permite uma primeira avaliação da dimensão dos benefícios da reforma de outubro para os fabricantes. Tradicionalmente, a cerveja suportava uma carga fiscal superior à das categorias afins, o que incentivava tanto os produtores como os consumidores a optar por substitutos mais baratos. Ao reduzir essa diferença, a reforma deu aos principais fabricantes um motivo para voltar a direcionar as vendas para a cerveja, uma categoria com maior reconhecimento de marca e, em alguns casos, maior capacidade para praticar preços mais elevados.

O valor de outubro abrangeu os quatro principais fabricantes, que dominam o mercado japonês da cerveja. As notícias não apresentaram dados por empresa no resumo da estimativa do setor, mas o aumento generalizado sugere que a mudança abrangeu todo o mercado, em vez de se limitar a um fabricante ou a uma marca.

Os dados também evidenciam os limites de interpretar uma percentagem mensal isolada como um indicador inequívoco de maior consumo. Se mais produtos forem classificados como cerveja do que há um ano, a categoria pode crescer rapidamente, mesmo que as compras totais de cerveja e bebidas semelhantes aumentem apenas ligeiramente ou se mantenham estáveis. Sem uma tabela consolidada de origem que discrimine esses efeitos, não é possível determinar, com base nas notícias publicadas, que parte do aumento de outubro refletiu uma maior procura dos consumidores e que parte resultou da contabilização das vendas numa categoria diferente.

Ainda assim, o resultado de outubro assinala um importante ponto de viragem para os fabricantes de cerveja do Japão. Foi o primeiro mês completo a refletir a nova estrutura fiscal e as alterações dos produtos a ela associadas, proporcionando aos investidores e ao setor uma primeira medida da rapidez com que os padrões de compra poderiam mudar quando o preço relativo da cerveja se tornou mais favorável.

As notícias não incluíram dados de receitas e a estimativa não envolveu qualquer valor monetário. O valor publicado referia-se apenas ao volume físico de cerveja vendido em outubro de 2026, em comparação com outubro de 2025.