vinetur

Expedições de cerveja nos EUA caíram 3,9% até setembro

A quebra correspondeu a menos 5,5 milhões de barris, com o volume do terceiro trimestre a recuar quase 4%, apesar do apoio das exportações e dos produtos prontos a consumir

quinta-feira, 19 de novembro de 2026



As expedições de cerveja nos EUA caíram 3,9% entre janeiro e setembro, segundo estimativas da Beer Marketer's Insights, prolongando a pressão sobre um mercado que tem tido dificuldades em regressar ao crescimento do volume. A quebra correspondeu a cerca de menos 5,5 milhões de barris expedidos face ao mesmo período do ano

anterior.

A fraqueza manteve-se no terceiro trimestre, quando as expedições recuaram quase 4%, segundo a publicação. Isto sugere que o abrandamento não se limitou a uma parte do ano, refletindo antes uma desaceleração mais generalizada do volume de cerveja nos primeiros nove meses.

A Beer Marketer's Insights descreveu o cenário como complexo devido aos produtos prontos a consumir e às exportações, mas afirmou que o volume global continuava sob pressão. O enquadramento do relatório aponta para áreas que poderão estar a ajudar algumas empresas a compensar parte da quebra, ainda que a atividade central da cerveja continue sob pressão.

Os números são acompanhados de perto em todo o setor das bebidas, porque as tendências das expedições influenciam decisões que vão muito além das cervejeiras. Uma quebra sustentada do volume de cerveja pode afetar os calendários de produção, o planeamento das importações, as encomendas de embalagens, as necessidades de armazenamento e a utilização da capacidade das cervejeiras. Pode também influenciar as decisões de gestão de inventário dos distribuidores e retalhistas, que equilibram a cerveja com outras bebidas alcoólicas, incluindo cocktails enlatados à base de bebidas espirituosas e outros produtos prontos a consumir.

A quebra entre janeiro e setembro aumenta também a pressão sobre os produtores de cerveja que têm procurado proteger as margens num mercado em que os consumidores se tornaram mais seletivos quanto ao que compram e onde gastam. Quando o volume diminui, as empresas enfrentam frequentemente decisões mais difíceis em matéria de preços, promoções e investimento nas marcas, sobretudo se estiverem também a gerir uma procura mais fraca nos segmentos convencionais.

Para importadores e exportadores, a referência às exportações na avaliação da Beer Marketer's Insights sugere que os fluxos comerciais poderão ter ajudado alguns operadores a atenuar parte da quebra. Mas a descida global das expedições mostra que esses ganhos não foram suficientes para fazer crescer o mercado em geral até setembro.

Como as expedições são uma medida básica da quantidade de cerveja que entra no sistema de distribuição, é provável que produtores, grossistas e fornecedores recorram ao relatório para planear os próximos meses. Para as empresas ligadas à produção de cerveja, os números poderão indicar a necessidade de prudência em matéria de produção e inventários, a menos que a procura melhore. Para o setor das bebidas em geral, reforçam a importância da composição do cabaz de categorias, à medida que os consumidores repartem os gastos entre cerveja, vinho, bebidas espirituosas e produtos prontos a consumir.

O relatório da Beer Marketer's Insights deixa o setor a entrar na reta final do ano com um volume de expedições inferior ao registado na mesma altura do ano anterior, apesar do apoio de categorias e canais que trouxeram algum alívio.