vinetur

Vendas de cerveja em estabelecimentos de restauração e bebidas britânicos caíram 2,8% em meados de novembro

O indicador da NielsenIQ mostrou que a quebra homóloga abrandou face aos 6,2% da semana anterior, sinalizando menor pressão antes do Natal nos estabelecimentos geridos por grupos organizados

segunda-feira, 23 de novembro de 2026



As vendas de cerveja nos estabelecimentos de restauração e bebidas britânicos mantiveram-se abaixo dos níveis de há um ano na semana terminada a 14 de novembro, mas o ritmo de queda abrandou acentuadamente face à leitura anterior, segundo dados publicados pela NielsenIQ a 20 de novembro.

O Daily Drinks Tracker da NielsenIQ indicou que as vendas de cerveja em valor no seu painel da Grã-Bretanha caíram 2,8% face à mesma semana de 2025. Foi uma melhoria em relação à quebra homóloga de 6,2% registada na semana terminada a 7 de novembro.

A variação significa que a taxa de quebra homóloga melhorou 3,4 pontos percentuais entre as duas leituras semanais. Não significa que as vendas de cerveja tenham aumentado 3,4% de uma semana para a outra. A NielsenIQ não divulgou os valores subjacentes das receitas em libras nem quaisquer dados de volume, pelo que não é possível calcular a variação absoluta das vendas entre as duas semanas com base nos dados publicados.

Os números abrangem estabelecimentos de restauração e bebidas geridos por grupos organizados e incluídos no painel de acompanhamento da NielsenIQ na Grã-Bretanha. Os dados constituem um indicador útil de uma parte do mercado antes da época comercial do Natal, mas não representam todos os estabelecimentos do setor em toda a Grã-Bretanha nem descrevem o mercado da cerveja na sua totalidade.

O indicador mede as vendas em valor, não a quantidade de cerveja vendida. Como a divulgação não apresenta uma discriminação por preços, inflação, composição dos produtos ou estilos de cerveja, os números não mostram se os consumidores compraram mais cerveja em termos físicos ou se simplesmente gastaram de forma diferente. Os dados também não permitem separar o efeito dos preços nos menus das alterações na procura dos clientes.

Apesar da melhoria, a leitura mais recente continua a mostrar que as receitas da cerveja nos estabelecimentos acompanhados foram inferiores às de há um ano. Isso sugere que as condições comerciais permaneceram mais fracas do que na semana equivalente de 2025, embora a diferença se tenha reduzido à medida que os operadores se aproximaram do período festivo de fim de ano, quando pubs, bares e

restaurantes procuram normalmente atrair mais clientes e aumentar a despesa.

A NielsenIQ descreveu os números como parte do seu acompanhamento contínuo das vendas. A divulgação não apresentou um total acumulado comparável para a cerveja, o que limita conclusões mais abrangentes sobre o desempenho da categoria ao longo de um período mais alargado do outono.

Para os operadores e fornecedores, a principal conclusão da atualização de 20 de novembro foi que a pressão sobre as vendas de cerveja nos estabelecimentos de restauração e bebidas acompanhados pareceu abrandar em meados de novembro, mas não o suficiente para que a categoria regressasse ao crescimento. Com o mercado ainda em terreno negativo e a cobertura a ser apenas parcial, os dados apontam para uma quebra menos acentuada, e não para uma recuperação plena.