vinetur

Os lares espanhóis compraram 9,1% mais shandy/radler durante o Mundial

A Circana disse que o volume de cerveja alcoólica também subiu 3,6% entre 15 de junho e 19 de julho, com o aumento dos convívios de verão

quarta-feira, 16 de setembro de 2026



As compras de mercearia dos lares espanhóis deslocaram-se ainda mais para a cerveja nas semanas do Mundial de futebol de 2026, com a procura em volume de cerveja alcoólica em Espanha a subir 3,6% de 15 de junho a 19 de julho, face ao mesmo período do ano anterior, segundo o mais recente Summer Barometer da Circana,

publicado a 16 de setembro. O maior ganho dentro do segmento da cerveja veio do shandy/radler, que subiu 9,1% nas mesmas datas.

Os números da Circana apontam para uma procura mais forte por várias opções de cerveja numa altura em que o tempo quente, as viagens de férias e a visualização dos jogos juntavam mais pessoas em torno da comida e da bebida em casa. O relatório diz que o verão foi marcado por convívios, turismo, temperaturas elevadas e pelo Mundial, e relaciona esses fatores com mais ocasiões de consumo partilhado nos lares espanhóis.

O aumento de 9,1% do shandy/radler, a categoria de mistura de cerveja e citrinos, ficou bem acima da subida da cerveja alcoólica convencional. A diferença entre as duas foi de 5,5 pontos percentuais. Entre as três opções de cerveja mostradas no gráfico da Circana, o shandy/radler registou o crescimento mais forte durante o período do torneio.

A cerveja sem álcool também aumentou, subindo 3,9% entre 15 de junho e 19 de julho, face ao mesmo período de 2025. Esse valor fica perto da subida de 3,6% da cerveja alcoólica, uma diferença de 0,3 pontos percentuais. A Circana inclui a cerveja sem álcool na sua análise mais ampla das opções de cerveja, mas esta fica fora de qualquer análise de bebidas alcoólicas porque não se trata de uma categoria alcoólica.

O relatório oferece apenas uma visão parcial do mercado de bebidas alcoólicas. Não desagrega, no documento divulgado na quarta-feira, a procura de verão por vinho, bebidas espirituosas, sidra ou outras bebidas alcoólicas. Isso significa que os números da cerveja não podem ser usados para comparar o mercado total de bebidas alcoólicas em Espanha durante o Mundial ou ao longo de todo o verão.

O momento das medições também é importante. O aumento de 3,6% da cerveja alcoólica refere-se apenas à janela do Mundial acompanhada pela Circana, de 15 de junho a 19 de julho. Não cobre todo o período de julho e agosto, nem representa o verão completo. A Circana não publicou um valor separado para a cerveja alcoólica para o período completo de dois meses de julho e agosto, pelo que o relatório não mostra se a cerveja convencional manteve o mesmo ritmo depois de terminado o torneio.

O shandy/radler é a única categoria alcoólica relacionada com a cerveja no relatório com uma segunda leitura de verão para além do período do Mundial. Para julho e agosto em conjunto, a Circana disse que a procura em volume de shandy/radler subiu 7,2% face ao mesmo período do ano anterior. Essa leitura é inferior ao aumento de 9,1% registado entre 15 de junho e 19 de julho, mas ambos os números apontam na mesma direção e mostram um crescimento homólogo contínuo durante os principais meses de verão.

A diferença entre as duas leituras do shandy/radler sugere que o período do Mundial foi especialmente favorável para essa categoria. A Circana coloca o shandy/radler entre as bebidas associadas ao refresco em tempo quente, e a empresa diz que as temperaturas elevadas influenciaram a composição do cabaz de compras durante a estação. Ao mesmo tempo, o relatório diz que o torneio criou mais ocasiões para as pessoas se juntarem em torno de comida e bebida. Os dados publicados não isolam quanto do aumento veio dos jogos, quanto veio do calor e quanto pode ter refletido o turismo ou a habitual mudança nos padrões de compra durante as semanas de férias.

A cerveja alcoólica registou um aumento mais moderado, mas manteve-se em terreno positivo numa altura em que os lares espanhóis também compravam mais produtos ligados a refeições descontraídas em grupo. A Circana disse que a procura subiu acentuadamente no mesmo período de 15 de junho a 19 de julho para artigos de snack e alimentos fáceis de partilhar, que associa diretamente à visualização dos jogos e aos convívios sociais. Essas categorias alimentares estão fora do mercado das bebidas alcoólicas, mas ajudam a explicar o contexto em que as compras de cerveja aumentaram.

Os dados do Summer Barometer medem a procura em volume, não a despesa dos consumidores. A Circana não publicou no mesmo documento o número de litros vendidos, a quota de mercado de cada categoria de cerveja, as receitas de vendas ou as tendências de preços. Sem esses detalhes, o relatório mostra quais as categorias que ganharam mais volume durante o verão e as semanas do Mundial, mas não se a subida mais forte também gerou o maior valor de vendas ou se veio acompanhada de preços mais altos ou mais baixos no retalho.

Isso deixa uma imagem estreita, mas clara, do mercado da cerveja em Espanha durante uma parte do verão. A procura de cerveja alcoólica convencional subiu 3,6% durante o período do Mundial, o shandy/radler subiu 9,1% nessas mesmas semanas, e o shandy/radler acabou por registar depois um aumento de 7,2% ao longo de julho e agosto. A Circana não forneceu um valor de julho e agosto para a cerveja alcoólica, pelo que o documento não oferece uma comparação direta entre as duas categorias alcoólicas ao longo de todo o período de pico do verão.