vinetur

Cruzcampo afirma ser a marca espanhola de cerveja mais vendida no Reino Unido

A cerveja do grupo Heineken diz estar agora à pressão em mais de 18 500 pubs e bares do Reino Unido

terça-feira, 10 de novembro de 2026



A Cruzcampo tornou-se a marca espanhola de cerveja mais vendida no Reino Unido e é agora servida em mais de 18 500 pubs e bares do país, segundo informações divulgadas pela empresa na terça-feira, com base em dados da NielsenIQ de setembro de 2026.

A marca, propriedade da Heineken e criada em Sevilha em 1904, afirmou liderar todas as marcas espanholas de cerveja no mercado britânico, tanto em volume como em valor de vendas. A empresa acrescentou que a Cruzcampo ocupa agora o terceiro lugar em valor entre todas as marcas de cerveja à pressão vendidas no Reino Unido, incluindo concorrentes nacionais e internacionais.

Os números apontam para uma posição forte da marca espanhola no setor da restauração e hotelaria britânico, onde as vendas de cerveja em pubs e bares continuam a ser uma componente central da concorrência entre cervejeiras. A Cruzcampo afirmou que mais de uma em cada três cervejas vendidas no Reino Unido com uma marca espanhola é da sua marca. Acrescentou que o volume total vendido no mercado equivale a cerca de 900 000 pints por dia.

A empresa não divulgou receitas, a quota total de mercado em percentagem nem o período estatístico exato utilizado na classificação da NielsenIQ. A metodologia original não foi publicada com o anúncio e não foi possível verificar de forma independente todos os critérios da comparação. A classificação foi apresentada como uma medida do valor das vendas no mercado britânico de cerveja à pressão em setembro de 2026.

Apesar destas limitações, os dados sugerem que a Cruzcampo ultrapassou a condição de importação de nicho e conquistou uma ampla distribuição num dos mercados de cerveja mais competitivos da Europa. A empresa afirmou que a sua cerveja é agora servida em mais de 18 500 pubs e bares do país. Acrescentou que isso corresponde a cerca de um em cada quatro pubs do Reino Unido, com base numa estimativa de quase 71 000 estabelecimentos.

A Cruzcampo entrou no mercado britânico em abril de 2023. A empresa afirmou que o lançamento foi impulsionado, em parte, pela procura de turistas britânicos que tinham experimentado a cerveja durante visitas ao sul de Espanha e que, mais tarde, a procuraram no seu país. Desde então, a Heineken alargou a distribuição da marca nos canais de consumo no local e no retalho.

Segundo a empresa, a Cruzcampo já estava presente em quase 10 000 bares britânicos no primeiro ano e tinha chegado a 68% dos supermercados. A marca continuou a crescer desde então em cidades como Londres, Manchester, Birmingham e Leeds.

A Heineken apoiou a expansão com investimento em marketing no Reino Unido. A Cruzcampo afirmou ter realizado em 2026 uma campanha chamada Choose to Cruz, presente na televisão, em plataformas de streaming, nas redes sociais e em publicidade exterior, incluindo espaços na estação de Waterloo e em Piccadilly Circus, em Londres. A empresa associou a campanha à rápida ascensão da marca, embora não tenha divulgado uma discriminação que mostrasse quanto do crescimento resultou da publicidade, dos preços, da maior distribuição ou de tendências mais amplas da categoria.

A empresa destacou também o crescimento nos supermercados, afirmando que a Cruzcampo era a marca que mais crescia na categoria alargada da cerveja e que avançava a um ritmo mais de quatro vezes superior ao do mercado no seu conjunto. Esta comparação também não foi acompanhada por dados subjacentes publicados.

Uma parte da aposta no retalho incluiu a Cruzcampo Sevilla Orange, uma cerveja aromatizada lançada no mercado britânico. A empresa afirmou que o produto superou as expectativas internas e tem agora a maior penetração no mercado do Reino Unido entre as cervejas aromatizadas. Acrescentou que 12% dos seus compradores eram novos na categoria de cerveja e sidra, apresentando esse dado como prova de que o produto estava a atrair novos consumidores para o segmento, em vez de apenas desviar procura de outras marcas.

A ascensão da Cruzcampo no Reino Unido é importante para a Heineken, que procura reforçar as marcas premium e com posicionamento internacional nos mercados maduros de cerveja. Segundo o grupo do setor do lúpulo e da cerveja BarthHaas, a Heineken foi a segunda maior produtora de cerveja do mundo em 2025, com 235,65 milhões de hectolitros. A Cruzcampo oferece à cervejeira neerlandesa uma marca de origem espanhola, com uma identidade regional clara, que pode concorrer num mercado onde as cervejas lager importadas e de estilo mediterrânico há muito atraem os consumidores britânicos.

O desempenho no Reino Unido dá também à Cruzcampo uma presença internacional para além de Espanha, onde a marca é há muito uma das mais vendidas na Andaluzia e no mercado nacional em geral. Segundo a empresa, a cerveja destinada ao mercado

britânico é produzida em Sevilha.

Os novos números não mostram quantas posições a Cruzcampo subiu na classificação face ao ano anterior, uma vez que o anúncio não foi acompanhado por uma tabela comparável anterior. Também não significam que todas as vendas britânicas da marca correspondam a cerveja exportada de Espanha, no sentido usado pelos dados comerciais, já que a propriedade empresarial, a produção e a distribuição comercial podem ser contabilizadas de forma diferente consoante o indicador utilizado.

Ainda assim, a posição descrita pela empresa representa um desenvolvimento assinalável para uma marca de origem espanhola no setor dos bares do Reino Unido. Um mercado antes dominado por marcas britânicas tradicionais e por cervejas lager globais de grande consumo parece agora ter dado espaço à Cruzcampo entre as marcas mais bem classificadas em valor na cerveja à pressão, pelo menos segundo a interpretação que a empresa faz dos dados da NielsenIQ de setembro de 2026.