

20
26

Estudo Copa do Mundo

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

Hub
de Dados
do Comércio

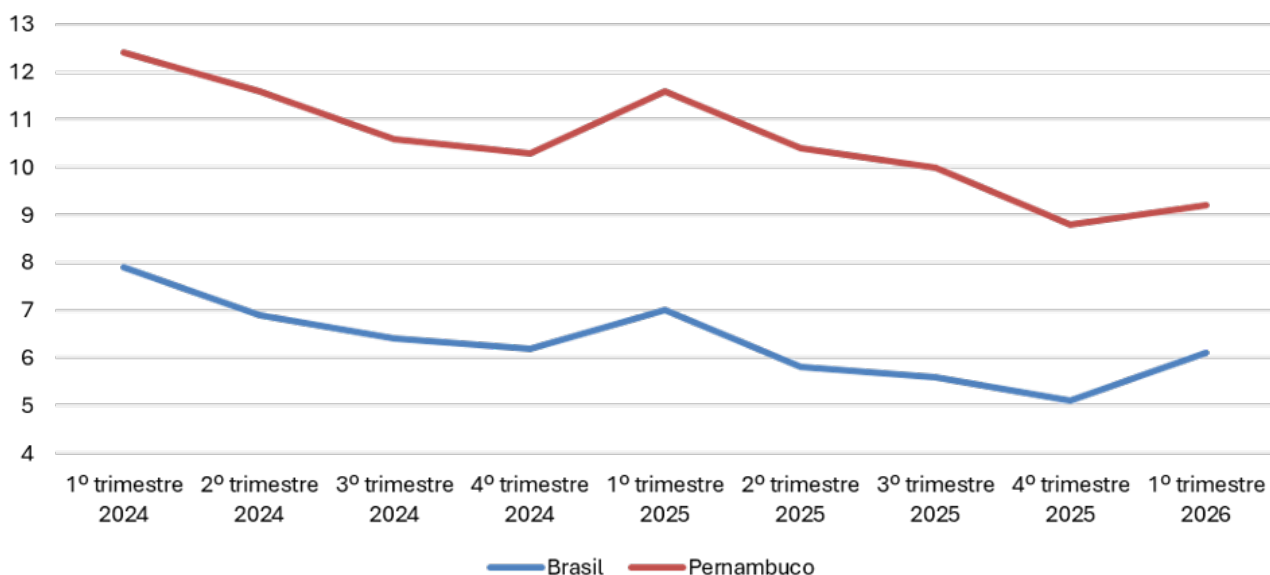
O impacto da Copa do Mundo 2026 no varejo de Pernambuco: dinâmicas de consumo, desafios de sazonalidade e estratégias de ativação

Cenário macroeconômico de 2026

A Copa do Mundo 2026 projeta-se como um marco no mercado esportivo e de entretenimento global. Sediada conjuntamente por Estados Unidos, Canadá e México, esta edição inaugura um modelo expandido com 48 seleções nacionais e 39 dias de duração, estabelecendo um novo patamar de atenção e engajamento do consumidor. Para o mercado brasileiro, e especificamente para a economia de Pernambuco, a escala do torneio gera um efeito cascata que repercute diretamente no varejo e no setor de serviços, levando as empresas a adotar um planejamento para capturar as janelas de oportunidade criadas pelo evento.

Do ponto de vista macroeconômico, o ano de 2026 tem sido marcado, no Brasil, pelo registro positivo em certos indicadores, como a taxa de desemprego, que se encontra em patamares históricos, uma inflação controlada e o aumento real do rendimento médio das famílias, fatores que sustentam a propensão ao consumo imediato. De outro, o cenário é pressionado pela manutenção de taxas de juros domésticas elevadas, o que encarece o crédito para bens duráveis, elevado endividamento e pela volatilidade no preço internacional do petróleo decorrente de tensões no Oriente Médio, elevando custos logísticos e de combustíveis.

Gráfico 1: Taxa de desocupação no Brasil e em Pernambuco (%) (2024-2026)



Fonte: PNADT. Elaboração: Hub de Dados do Comércio

Estudo Copa do Mundo

Diante deste cenário de consumo, o impacto da Copa do Mundo 2026 sobre o varejo pernambucano não será uniforme. Em vez de um crescimento generalizado, a atividade econômica durante o período do torneio caracteriza-se por uma assimetria setorial. O volume de vendas concentra-se em categorias ligadas à experiência do evento, à alimentação e à conectividade, enquanto ramos tradicionais do comércio de bens de maior valor unitário ou de consumo puramente individual enfrentam momentos de acomodação ou retração no fluxo de vendas.

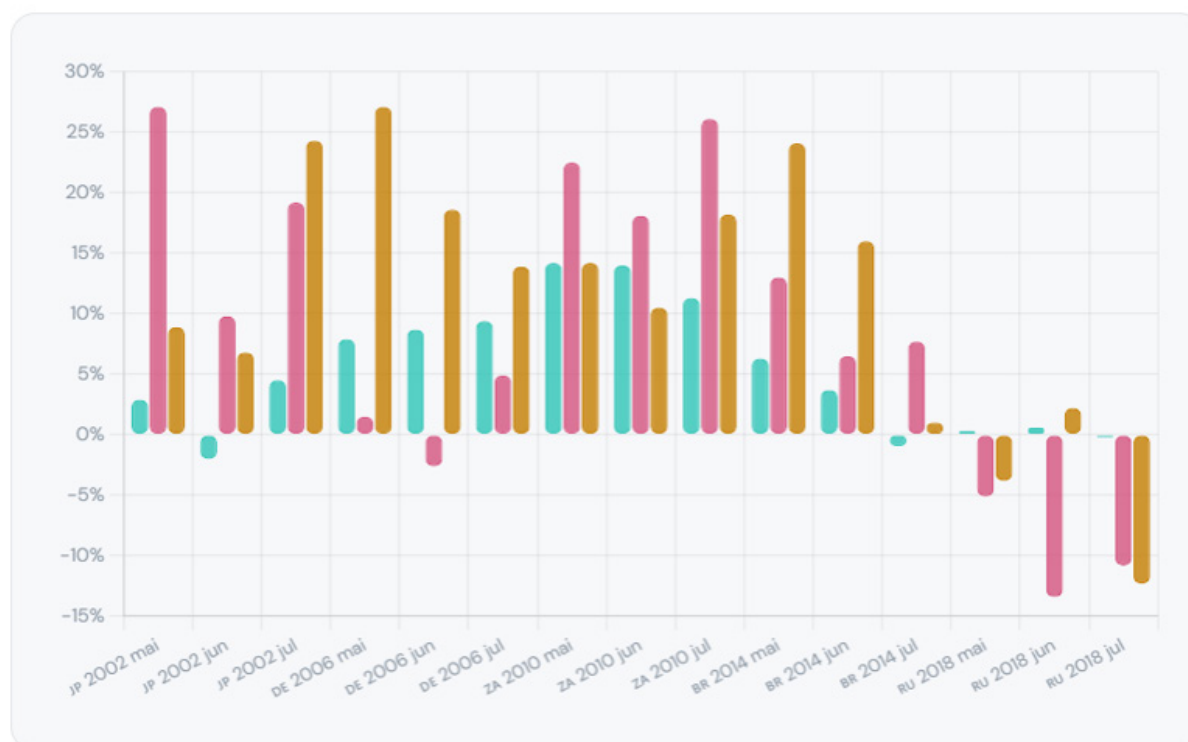
Série histórica e a assimetria do consumo no varejo ampliado de Pernambuco

A análise histórica da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) realizada pelo IBGE em Pernambuco revela que grandes eventos esportivos alteram a sazonalidade e a distribuição do volume de vendas do comércio varejista ampliado. Os dados mostram que os picos de faturamento não ocorrem de forma homogênea, mas sim por meio de uma realocação temporária dos orçamentos familiares. Setores focados no entretenimento dentro do lar ganham tração, enquanto o comércio de bens duráveis com ciclo de decisão longo tende a registrar desaceleração.

A Gráfico 2 ilustra essa oscilação de faturamento por meio da variação nominal da receita de vendas em Pernambuco nos meses de maio a julho de anos históricos de Copa do Mundo. Os números evidenciam como o desempenho setorial diverge em cada edição da competição, influenciado pelas condições macroeconômicas vigentes e pela localização geográfica do evento.

Gráfico 2: Histórico de variação de receita nominal no varejo ampliado de Pernambuco (M/M-12%)

— Hipermercados / alimentos — Tecidos, vestuário e calçados — Móveis e eletrodomésticos



Fonte: Elaborado com base em históricos da Pesquisa Mensal de Comércio do IBGE para Pernambuco.

Estudo Copa do Mundo

O exame do Gráfico 2 elucida o caráter cíclico e segmentado do consumo. Em junho de 2014, período no qual o Brasil sediou o evento, a receita do segmento de móveis e eletrodomésticos em Pernambuco cresceu expressivos 16,0% em termos nominais.

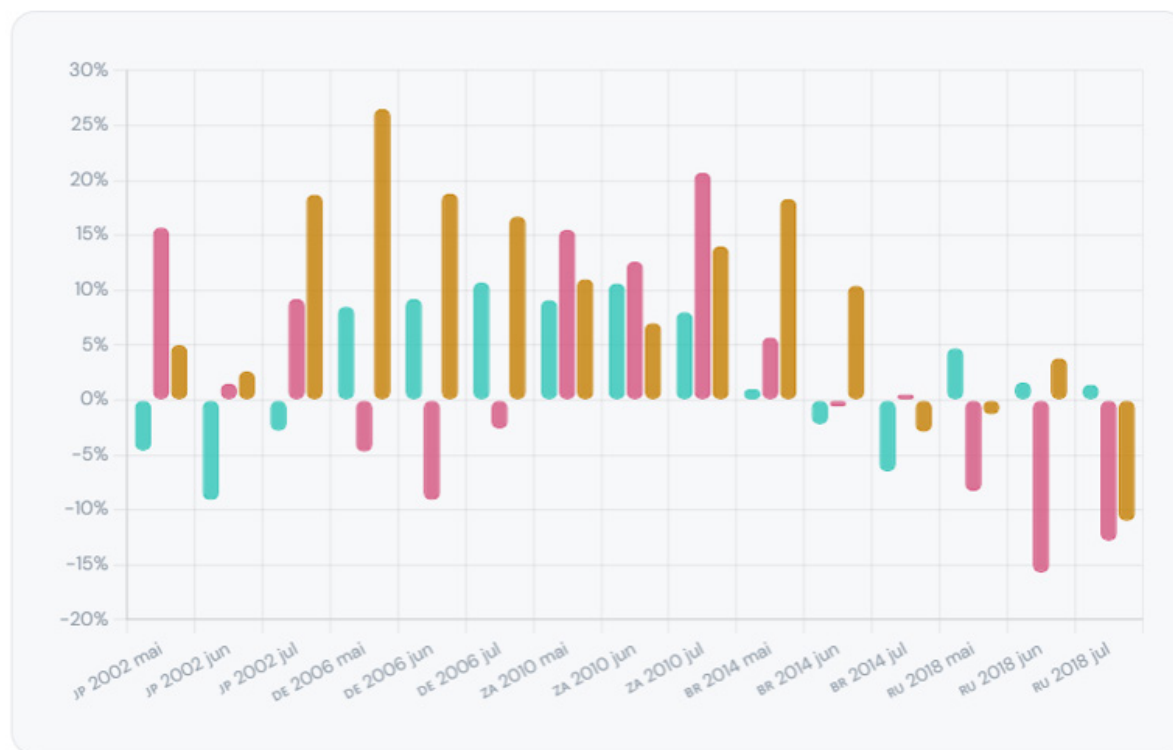
A edição de junho de 2018 expõe a choques externos: sob o efeito da greve nacional dos caminhoneiros iniciada em maio daquele ano, o varejo de tecidos, vestuário e calçados em Pernambuco caiu 13,4%, enquanto o setor de combustíveis registrou alta nominal de 15,3% devido à escassez e ao subsequente repasse de preços ao consumidor final.

A Gráfico 3 apresenta a evolução do volume de vendas do varejo ampliado em Pernambuco nos meses de maio, junho e julho dos anos em que ocorreu a Copa do Mundo. Os dados indicam relativa estabilidade no segmento de móveis e eletrodomésticos durante o período do evento, com exceção de 2018, quando foi observada uma retração mais acentuada.

Outro aspecto observado refere-se ao segmento de hipermercados e supermercados, que apresentou comportamento estável no mês de junho ao longo dos ciclos da Copa do Mundo, registrando crescimento médio de aproximadamente 5% entre 2002 e 2018.

Gráfico 3: Histórico de variação de volume de vendas no varejo ampliado de Pernambuco (M/M-12%)

— Hipermercados / alimentos — Tecidos, vestuário e calçados — Móveis e eletrodomésticos



Fonte: Elaborado com base em históricos da Pesquisa Mensal de Comércio do IBGE para Pernambuco.

Janelas de oportunidades setoriais para 2026

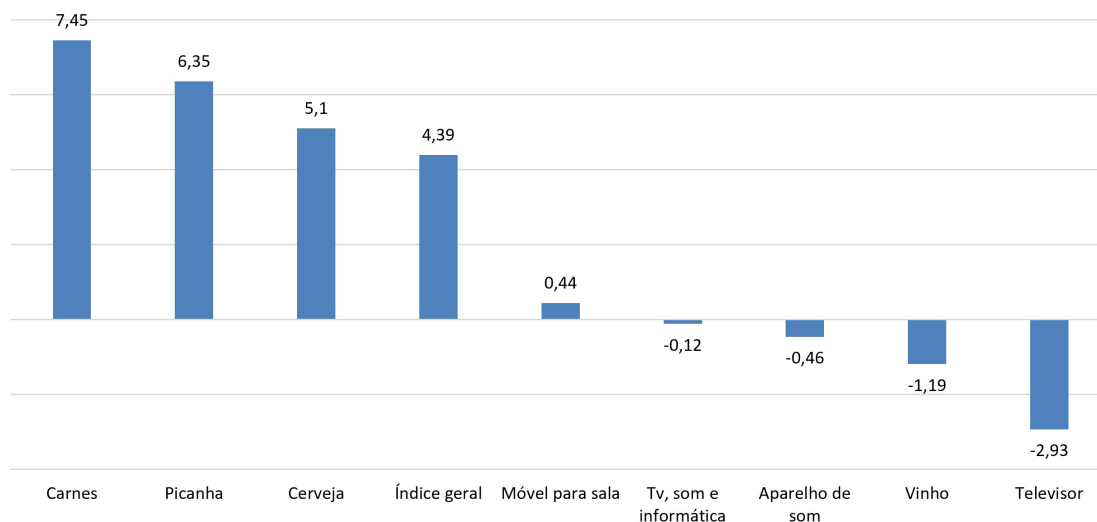
Para a Copa do Mundo 2026, as projeções comerciais da Fecomércio-PE indicam caminhos de crescimento para segmentos que alinham suas estratégias ao comportamento de consumo imediato e focado na experiência residencial. Com o maior número de jogos distribuídos ao longo de 39 dias, abre-se uma janela de consumo que pode ser explorada por quatro segmentos do varejo.

Eletrônicos, conectividade e conforto doméstico - O segmento de eletroeletrônicos é tradicionalmente o pioneiro na captura de receitas nos meses que antecedem a partida de abertura. A venda de televisores já exibiu crescimento de 18% no volume de vendas em janeiro de 2026. Esta busca por uma experiência de "cinema em casa" impulsiona produtos correlacionados que compõem o ecossistema da sala de estar: aparelhos de som, cabos HDMI, suportes articulados de parede, racks, estofados confortáveis e poltronas experimentam uma forte alta de faturamento associada ao torneio.

Alimentos, bebidas e o churrasco domiciliar - Com a residência como o principal local de preferência para acompanhar as partidas, os supermercados assumem papel como canal de abastecimento para o consumo associado ao evento. Itens de conveniência, bebidas e insumos para churrasco tendem a registrar maior demanda nesse período.

O Gráfico 4 apresenta a variação acumulada dos preços, nos últimos 12 meses, de produtos tradicionalmente associados às reuniões realizadas durante a Copa do Mundo. Entre os itens analisados, destacam-se as carnes, com alta de 7,45%, e a picanha, com avanço de 6,35%, produtos frequentemente presentes nos encontros familiares e entre amigos para acompanhar os jogos. O comportamento dos preços indica que parte do aumento da demanda por esses itens ocorre em um contexto de inflação ainda elevada para alguns segmentos alimentícios.

Gráfico 4: IPCA dos itens típicos de Copa do Mundo (Variação acumulada em 12 meses em %)



Fonte: IBGE. Elaboração: Hub de Dados do Comércio

Estudo Copa do Mundo

Desafios operacionais e segurança jurídica

A preparação das empresas pernambucanas para a Copa do Mundo 2026 não se limita à área de vendas. É necessário equacionar custos operacionais invisíveis e ter ciência da parte jurídica associada ao evento.

Mitigação de riscos jurídicos e o "Marketing de Emboscada"

O engajamento comercial das marcas durante o campeonato exige cautela jurídica. A Fecomércio-PE adverte para os perigos do chamado Marketing de Emboscada, prática ilegal na qual uma empresa tenta associar seus produtos ou serviços ao evento sem ser uma patrocinadora, parceira ou licenciada oficial do torneio. A Lei Geral do Esporte (Lei 14.597/2023) tipifica criminalmente o uso não autorizado de termos, símbolos, slogans ou mascotes oficiais da FIFA e da CBF, podendo resultar em apreensão de mercadorias, multas pesadas e remoção de conteúdos em plataformas digitais. A infração pode ocorrer de duas formas:

- Direta: Uso explícito de marcas registradas como "Copa do Mundo 2026" ou réplicas de logos e taças.
- Indireta: O uso de cores, estética, cronogramas e imagens que levem o consumidor a associar mentalmente a marca ao evento, gerando a falsa impressão de um patrocínio oficial.

Para atuar com segurança jurídica, as empresas não patrocinadoras devem utilizar elementos genéricos relacionados à paixão nacional pelo futebol. Campanhas baseadas exclusivamente no uso das cores verde e amarelo, termos como "Torcida do Brasil", "Rumo ao Hexa" e elementos decorativos neutros de campo de futebol permitem engajar o público sem violar patentes ou sofrer sanções judiciais.

Estudo Copa do Mundo

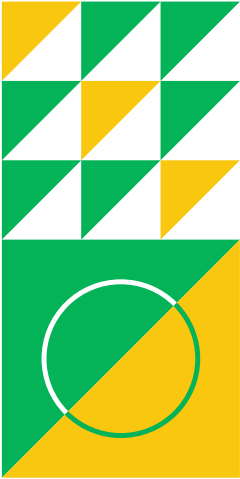
Conclusões e diretrizes estratégicas para o varejo pernambucano

A Copa do Mundo 2026 deve gerar oportunidades para o comércio pernambucano, mas seus efeitos não tendem a ocorrer de forma homogênea entre os diferentes segmentos. A experiência de edições anteriores mostra que parte dos gastos das famílias é redirecionada para produtos ligados ao consumo dentro de casa, especialmente alimentos, bebidas, itens de conveniência e entretenimento. Por isso, mais do que esperar um aumento generalizado das vendas, as empresas precisam compreender como o comportamento do consumidor se altera durante o período do torneio.

Nesse contexto, o planejamento dos estoques ganha relevância. Nas semanas que antecedem a competição, produtos de maior valor, como televisores, móveis para sala e equipamentos eletrônicos, costumam receber maior atenção dos consumidores. Com o início dos jogos, a demanda tende a se concentrar em itens de consumo imediato, como carnes, bebidas e produtos destinados a reuniões familiares e encontros entre amigos.

Outro aspecto que merece atenção em Pernambuco é a coincidência entre a Copa do Mundo e o ciclo junino. A proximidade entre os dois eventos abre espaço para campanhas promocionais que valorizem simultaneamente a tradição do São João e o ambiente festivo do torneio, criando oportunidades para o varejo ampliar seu alcance junto ao público.

Por fim, manter canais digitais ativos pode contribuir para preservar as vendas em dias de jogos, feriados ou períodos de chuva mais intensa, comuns nessa época do ano. Com planejamento comercial e capacidade de adaptação, o varejo pernambucano pode aproveitar o ambiente criado pela Copa do Mundo para fortalecer suas vendas e ampliar o relacionamento com seus clientes.



EXPEDIENTE FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Bernardo Peixoto

Diretora Geral Executiva: Cleide Pimentel

Economista: Rafael Lima

Designer Gráfico: Maria Eduarda Morato

20
26

Avenida Visconde de Suassuna, nº265,
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175
www.fecomercio-pe.com.br



fecomercio-pe.com.br



@fecomerciope

Fecomércio PE

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

Hub

de Dados
do Comércio