

# Copa deve movimentar mais de 99 milhões de consumidores no Brasil

Category: BRASIL,GERAL

escrito por Maria Luiza | 19 de maio de 2026



A pesquisa mostra que o futebol continua sendo, acima de tudo, um ritual coletivo no país. Para o comércio, a expectativa é de um dos maiores movimentos econômicos do calendário esportivo recente. Segundo o levantamento, 97% dos entrevistados pretendem assistir aos jogos acompanhados, principalmente ao lado de familiares (77%) e amigos (60%). Apenas 3% afirmaram que devem assistir às partidas sozinhos. A casa segue como principal ponto de encontro dos torcedores: 86% planejam acompanhar os jogos em casa. Outros 46% pretendem assistir fora de casa, especialmente em residências de amigos ou parentes (40%), bares e restaurantes (32%) e telões instalados nas ruas (11%).

O clima de confraternização deve impulsionar especialmente os setores de alimentação e bebidas. Os itens mais procurados serão bebidas não alcoólicas (68%), petiscos (62%), carnes para churrasco (60%) e cervejas (59%). Já entre os produtos temáticos, as camisas oficiais e peças ligadas à Seleção Brasileira aparecem como prioridade para 61% dos consumidores. Outros 42% planejam adquirir bandeiras, cornetas e acessórios de torcida.

O estudo aponta que o varejo físico continua liderando as

preferências dos brasileiros para compras de consumo imediato. Cerca de 89% dos entrevistados pretendem comprar presencialmente, principalmente em supermercados (70%) e lojas de bairro (33%). Ao mesmo tempo, o ambiente digital ganha força: 67% afirmam que também irão às compras pela internet, com destaque para aplicativos de entrega (51%) e lojas virtuais (42%).

## **Setor de Serviços e Hábitos de Consumo**

O Setor de serviços também espera forte movimentação durante o torneio. O delivery de comida e bebida deve ser utilizado por 61% dos consumidores, enquanto 39% pretendem frequentar bares e restaurantes para assistir aos jogos. Entre os critérios mais importantes para escolher o estabelecimento estão o preço das comidas (37%), ambiente bem frequentado (34%), qualidade da comida e das bebidas (34%) e preço das bebidas (33%).

O gasto médio estimado para a Copa é de R\$ 619 por consumidor, valor que sobe para R\$ 784 entre os entrevistados das classes A e B. A maioria das compras deverá ser feita à vista: 90% dos consumidores afirmaram que pretendem evitar parcelamentos. O PIX lidera como principal forma de pagamento, citado por 57% dos entrevistados. Além disso, 44% disseram que pretendem antecipar as compras em mais de uma semana antes do início dos jogos para evitar filas e preços mais altos.

## **Efeito Copa em Belém**

Em Belém, os efeitos da Copa do Mundo de 2026 prometem ir muito além do consumo tradicional. A capital paraense deve misturar a paixão pelo futebol com um cenário econômico aquecido após os investimentos ligados à COP30, criando um ambiente de forte movimentação no comércio, nos serviços e nos bairros da cidade. O comportamento do consumidor local também chama atenção por características próprias, como o hábito de comprar “na vizinhança” e a procura antecipada por produtos de tecnologia.

A menos de 50 dias do início do Mundial, o varejo de eletrônicos já percebe uma corrida por televisores de tela grande. Diferentemente de outras regiões do país, muitos consumidores de Belém preferem decidir a compra diretamente na loja, comparando presencialmente tamanho da tela, qualidade de imagem e condições de pagamento. Para atrair os torcedores ainda indecisos, o comércio aposta em parcelamentos facilitados e promoções progressivas.

Outra tradição que deve ganhar força na cidade é a das ruas pintadas para a Copa. Belém mantém viva a cultura dos mutirões organizados por moradores para decorar ruas e bairros com bandeirinhas, pinturas em asfalto e murais temáticos. Em edições anteriores do torneio, algumas comunidades chegaram a investir mais de R\$ 18 mil na ornamentação. Esse movimento impulsiona as vendas de tintas, pincéis e materiais de decoração nas lojas de materiais de construção e comércios de bairro.

Na área de alimentação, o chamado “efeito partida” já mobiliza supermercados, açougues, depósitos de bebidas e mercadinhos da capital. A expectativa é de aumento no consumo poucas horas antes dos jogos, repetindo o comportamento observado em Copas anteriores. A previsão do setor é de crescimento de cerca de 6,7% no fluxo comercial no dia anterior às partidas, com alta ainda maior nas duas horas que antecedem o apito inicial. Além do tradicional churrasco, comerciantes também esperam aumento na procura por ingredientes ligados à culinária regional, como itens usados no preparo de maniçoba e no consumo de açaí durante os encontros familiares.

Bares e restaurantes de áreas movimentadas, como os bairros da Doca e do Umarizal, também se preparam para uma intensa movimentação de torcedores. O consumidor paraense continua priorizando critérios como preço da comida, qualidade do ambiente e custo das bebidas na escolha dos locais para assistir às partidas.

O PIX deve consolidar ainda mais sua presença durante o torneio. Em Belém, quase 60% das transações previstas para o período da Copa devem ocorrer por meio do sistema de pagamento instantâneo, reforçando a digitalização do consumo local.

O cenário econômico da cidade também influencia diretamente esse movimento. Após o ciclo de investimentos impulsionado pela COP30, Belém vive um momento de expansão no setor de serviços, turismo e comércio. O resultado é uma cidade mais preparada para receber grandes fluxos de pessoas e eventos, mas também com custos mais elevados em áreas como alimentação, hospedagem e lazer. Os belenenses provam que, em Belém, a Copa do Mundo não se resume aos 90 minutos em campo. É rua enfeitada, caixa de som ligada cedo, fila no açougue antes do jogo e televisão nova chegando na sala como reforço para a torcida em família.

## **Força do marketing esportivo**

O levantamento também mostra a força do marketing esportivo. Cerca de 74% dos consumidores afirmam dar preferência às marcas que apoiam a Seleção Brasileira. Dentro desse grupo, 53% dizem optar pelos patrocinadores desde que os preços sejam acessíveis, enquanto 21% afirmam fidelidade às marcas independentemente do valor cobrado.

No mercado de produtos oficiais, os itens licenciados ganham espaço. Quase metade dos entrevistados (47%) pretende comprar produtos originais, principalmente pela percepção de maior qualidade e durabilidade, apontada por 57% dos consumidores. Apenas 6% assumem que devem adquirir itens falsificados. O principal obstáculo para a compra de produtos oficiais continua sendo o preço elevado, citado por 35% dos participantes. Outros 17% acreditam que a qualidade entre produtos originais e falsificados é semelhante, enquanto 19% afirmam não se importar com a procedência.

Outro dado que chama atenção é o avanço das apostas esportivas

durante a Copa. Segundo a pesquisa, 41% dos entrevistados pretendem fazer apostas em plataformas digitais durante o torneio. O levantamento acende um alerta para o endividamento, já que 61% dos consumidores que pretendem gastar na Copa afirmaram possuir dívidas em atraso. Parte dos apostadores declarou enxergar nas bets uma possibilidade de complementar renda ou até quitar pendências financeiras – cenário que especialistas em educação financeira consideram preocupante.

Fonte: Diário do Pará e Publicado Por: Jornal Folha do Progresso 19/05/2026/10:30:21

*O formato de distribuição de notícias do [Jornal Folha do Progresso](#) pelo celular mudou. A partir de agora, as notícias chegarão diretamente pelo formato Comunidades, ou pelo canal uma das inovações lançadas pelo WhatsApp. Não é preciso ser assinante para receber o serviço. Assim, o internauta pode ter, na palma da mão, matérias verificadas e com credibilidade. Para passar a [receber as notícias](#) do Jornal Folha do Progresso, clique nos links abaixo siga nossas redes sociais:*

- [Clique aqui e nos siga no X](#)
- [Clica aqui e siga nosso Instagram](#)
- [Clique aqui e siga nossa página no Facebook](#)
- [Clique aqui e acesse o nosso canal no WhatsApp](#)
- [Clique aqui e acesse a comunidade do Jornal Folha do Progresso](#)

*Apenas os administradores do grupo poderão mandar mensagens e saber quem são os integrantes da comunidade. Dessa forma, evitamos qualquer tipo de interação indevida. Sugestão de pauta enviar no e-mail: [folhadoprogreso.jornal@gmail.com](mailto:folhadoprogreso.jornal@gmail.com).*

**Envie vídeos, fotos e sugestões de pauta para a redação do JFP**

**(JORNAL FOLHA DO PROGRESSO) Telefones: WhatsApp [\(93\) 984046835](tel:93984046835)– (93) 98117 7649.**

“Informação publicada é informação pública. Porém, para chegar até você, um grupo de pessoas trabalhou para isso. Seja ético. Copiou? Informe a fonte.”

*Publicado por Jornal Folha do Progresso, Fone para contato 93 981177649 (Tim) WhatsApp: [-93- 984046835](tel:93984046835) (Claro)  
-Site: [www.folhadoprogresso.com.br](http://www.folhadoprogresso.com.br) e-mail: [folhadoprogresso.jornal@gmail.com](mailto:folhadoprogresso.jornal@gmail.com)/ou e-mail: [adeciopiran.blog@gmail.com](mailto:adeciopiran.blog@gmail.com)*

[Lignosulfonato de sódio no Brasil: onde e por que ele é utilizado](#)