

# Comércio projeta período lucrativo com a Copa

Jogos da seleção na fase de grupos no mundial dos EUA, México e Canadá ocorrem em horários favoráveis ao varejo

/VAREJO

Cássio Fonseca

cassiof@jcrs.com.br

Em ano de Copa do Mundo, a expectativa no Brasil está sempre lá em cima. Famílias e amigos se reúnem em casa, bares e restaurantes para acompanhar a seleção e o período de jogos, entre junho e julho, deve impactar diretamente na economia de alguns segmentos, de forma positiva e negativa.

Para este Mundial, o presidente do Sindilojas Porto Alegre, Arcione Piva, vê otimismo para o comércio que não está envolvi-

do diretamente, já que o Brasil, ao menos na fase de grupos, vai a campo fora do horário comercial.

E para os setores de alimentação fora do lar, venda de eletrodomésticos – principalmente televisões –, bebidas alcoólicas e artigos esportivos, a expectativa é sempre maior. “Em 2014, quando foi no Brasil, os jogos durante o dia eram um horror, a grande maioria das lojas fechava, inclusive. Esperamos que o impacto seja positivo para este ano”, relata Piva.

No grupo C da competição, a seleção brasileira encara Marrocos e Escócia às 19h, nos dias 13 e 24 de junho, e o Haiti às 22h do

dia 19 do mesmo mês. No entanto, conforme os comandados do italiano Carlo Ancelotti avançarem no mata-mata, há a possibilidade de jogos à tarde, mediante sorteio. Os horários vão das 13h às 22h. Este pode ser um complicador para os lojistas, segundo Piva, que também traz um contraponto otimista: “se o Brasil vai bem, o varejo como um todo pode ir bem. O fator emocional da população é muito importante, especialmente para o consumo. E se o vendedor também está feliz porque o Brasil ganhou, ele atende melhor. Então isso ajuda a cadeia como um todo”.



Partidas do Brasil neste ano acontecerão fora da janela do comércio

## Bares e restaurantes projetam grande público em dias de disputa da seleção brasileira

Para ver a bola rolar, bares e restaurantes são os que mais esperam um movimento acentuado. No Brechó do Futebol, que tem unidades no Centro Histórico, Moinhos de Vento e Jardim Europa, o investimento é na decoração para os jogos do Brasil e na temática do bar, voltada totalmente ao esporte. Há ainda a loja de camisas de times e seleções que, no entanto, não costuma registrar um grande aumento de vendas durante Copas, conforme o

sócio do empreendimento, Carlinhos Caloghero.

“Claro que é um ano positivo, mas o reflexo maior é para o bar. Durante a Copa aumenta com certeza a procura e o fluxo de venda de camisas de seleções. Mas, em compensação, o futebol em geral para. Não é um ano que muda, só existe um redirecionamento de procura”, relata. O acervo de peças de países é de aproximadamente 20% do total.

Caloghero explica que no bar

tem algumas datas naturalmente importantes ano após ano, como finais de Libertadores e Liga dos Campeões, confrontos de brasileiros em competições internacionais e GreNais. Na Copa do Mundo, há o movimento de algumas finais de Liga dos Campeões em um curto período de tempo. Ele também afirma que o espaço sempre lota e falta lugar em todos os jogos da seleção brasileira. Confrontos de duas grandes equipes, principalmente nas fases finais, também movimentam o bar.

“E para o bar é muito importante também porque a gente ainda vem num processo de recuperação, principalmente da enchente. O comércio em si vem em crise desde a época da pandemia, e a Copa do Mundo é realmente a oportunidade de botar a sujeira para baixo do tapete”, completa o empreendedor. Para conseguir suportar a demanda e transmitir todos os jogos, é preciso quintuplicar a capacidade de atendimento.

Ainda sobre grandes públicos

além da seleção, o sócio do Brechó relata que argentinos e uruguaios geram movimento, além de uma surpresa sul-americana. “Existe uma colônia em Porto Alegre de equatorianos e eles frequentam o bar. Tem jogo do Equador que eles vêm em uma turma de 40 pessoas. É uma coisa bacana também de ver em Copa do Mundo porque Porto Alegre está longe de ser uma cidade turística. E esse pessoal surge. É normal viram uns italianos, espanhóis, que normalmente são intercambistas”, conclui.

Para os bares mais tradicionais, o ânimo é o mesmo. Sócio-gerente do Boteco Cotiporã, no Centro, Adilar Pires entende que o novo formato do Mundial com 48 seleções e 104 jogos será um diferencial deste ano para ter ainda mais movimento. Ele conta que a operação também oferece algumas ativações especiais, principalmente ligadas às marcas de cerveja, mas que até o momento não há negociações.

Em dias de Brasil, a estratégia, inclusive, é não trabalhar com reservas, e sim por ordem de chegada, para agregar mais dinamismo à operação e garantir a casa cheia. Já sobre os horários, Pires também vê com bons olhos: “se fosse de manhã com certeza não seria a mesma coisa”. E afirma que os jogos à tarde, mesmo complicando um pouco, também são bons quando se tratam de seleção brasileira. “Tem empresas que liberam na hora do jogo o pessoal sai para ver. E já procuram o [bar] que está mais perto. O cliente sempre tem na cabeça dele uma referência de um lugar que gosta de ver o jogo”, salienta o sócio.

A Copa do Mundo ocorre entre os dias 11 de junho e 14 de julho, nos Estados Unidos, México e Canadá. Antes do torneio, o Brasil tem dois amistosos marcados para 26 de março e 3 de abril contra França e Croácia, respectivamente. Há ainda a expectativa por outros dois jogos antes da estreia contra os marroquinos.



Pires, do Cotiporã: “novo formato será diferencial no movimento”

## Venda de veículos novos cai 0,38% em janeiro

As vendas de veículos novos no Brasil caíram 0,38% em janeiro, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. Segundo balanço da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrade), que representa as concessionárias, em janeiro foram comercializadas 170,5 mil unidades de veículos, entre automóveis, comerciais leves, caminhões e

ônibus. Em relação a dezembro, a queda foi de 38,96%.

Considerando-se o emplacamento de todos os segmentos somados (automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus, motocicletas, implementos rodoviários e outros veículos), o mercado de veículos começou o ano em trajetória positiva, com crescimento de 7,42% na comparação com o mesmo mês do ano

passado, mesmo contando com um dia útil a menos. No total foram emplacados 366.713 veículos. Na comparação com dezembro de 2025 houve retração de 25,54%, considerada típica do primeiro mês do ano pelo menor ritmo da atividade econômica. O melhor desempenho entre os veículos continua no segmento de motocicletas, que apresentou crescimento de 17,49%.

## / CORREÇÃO

Diferentemente do publicado na página 36 do Anuário de Investimento 2025, o Grupo São Pietro informa que os desembolsos para a construção de dois novos senior living, em Porto Alegre e em Canela, são de incorporadoras parceiras, com operação do grupo. Acrescenta ainda que foram, entre desembolsos e anúncios, outros R\$ 3,5 milhões no Hospital Banco de

Olhos, em Porto Alegre, R\$ 4,7 milhões em suas unidades de Xangri-Lá, São Leopoldo e Canoas; R\$ 2,3 milhões em seu projeto Rota da Visão; e outros R\$ 7 milhões para erguer o Hospital Banco de Olhos de Gravataí. Desta forma, o Grupo São Pietro Hospitais e Clínicas totalizou R\$ 37,5 milhões entre valores em execução (R\$ 18 milhões) e anunciados (R\$ 19,5 milhões).