

Impacto Econômico do Jogo da **NFL NO RIO** 2026



Desenvolvimento
Econômico



Carta do **Prefeito**

A realização do NFL Rio Game 2026, entre Dallas Cowboys e Baltimore Ravens, no Maracanã, confirma a capacidade do Rio de Janeiro de receber os maiores eventos do mundo. A National Football League (NFL), considerada a liga esportiva mais rica e lucrativa do mundo em faturamento anual e valor de mercado, escolheu o Rio para uma de suas partidas internacionais da temporada regular. Mais uma vez, o Rio voltou a estar no centro das atenções internacionais, projetando para milhões de pessoas a imagem de uma cidade que tem infraestrutura, experiência e identidade para receber o mundo.

Os números mostram a dimensão desse encontro. A partida reuniu 72,8 mil torcedores no Maracanã e movimentou R\$ 462,7 milhões na economia carioca, considerando os impactos diretos, indiretos e induzidos. Foram visitantes de 66 países, além de torcedores de 955 municípios brasileiros, movimentando hotéis, restaurantes, comércio, transporte, serviços e toda uma cadeia de atividades econômicas.

Esse resultado traduz uma estratégia de cidade. O Rio é a capital dos grandes eventos porque reúne atributos únicos e uma capacidade construída ao longo de décadas para transformar grandes acontecimentos em oportunidades para a população. Cada evento amplia a circulação de pessoas, gera negócios, emprego e renda e fortalece setores importantes da economia, além de levar o nome do Rio a novos públicos.

A presença da NFL também reforça a importância de diversificar o calendário da cidade. Esporte, cultura, música, entretenimento, gastronomia, inovação e negócios fazem parte de uma mesma estratégia: manter o Rio em movimento durante todo o ano e ampliar sua presença no calendário internacional.

O Rio está preparado para receber o mundo. E, cada vez que o mundo escolhe o Rio, nossa responsabilidade é fazer com que esse encontro deixe um legado de desenvolvimento, oportunidades e prosperidade para a cidade e para os cariocas.

EDUARDO CAVALIERE

Carta do **Presidente Da Riotur**

O Rio sempre teve uma capacidade singular de reunir pessoas e transformar grandes encontros em parte de sua identidade. Ao longo do ano, milhares de eventos movimentam a Cidade Maravilhosa, enquanto o Carnaval, o Réveillon e, mais recentemente, o projeto “Todo Mundo no Rio” projetam a imagem da cidade para milhões de pessoas no Brasil e no exterior. Mais do que celebração e entretenimento, esses acontecimentos atraem grandes públicos, estimulam o turismo, movimentam diferentes setores da economia e geram oportunidades para toda a cidade.

Em 2026, essa vocação ganhou uma nova dimensão também no esporte. Pela primeira vez, o Rio recebeu uma partida da NFL, entre Baltimore Ravens e Dallas Cowboys, realizada no Maracanã diante de um público superior a 70 mil pessoas. Para além das arquibancadas, o jogo levou a imagem do Rio a milhões de torcedores ao redor do mundo, especialmente nos Estados Unidos, ampliando a exposição internacional da cidade em um mercado estratégico para o turismo carioca. E os resultados demonstram a dimensão dessa oportunidade. O impacto estimado da partida sobre a economia da cidade foi de aproximadamente R\$ 460 milhões, refletindo a capacidade de um grande evento esportivo internacional de mobilizar visitantes e movimentar hotéis, bares, restaurantes, comércio, transportes e uma extensa cadeia de serviços.

E 2026 representa apenas o início dessa trajetória. A NFL assumiu um compromisso de cinco anos com o Rio de Janeiro, prevendo a realização de pelo menos três partidas de temporada regular na cidade durante a vigência do acordo. A chegada da liga ao Rio faz parte de sua estratégia de expansão global, que vem levando jogos internacionais a novos mercados e cidades ao redor do mundo. Para o Rio, significa a oportunidade de estabelecer uma relação de longo prazo com uma das maiores propriedades esportivas do planeta e incorporar definitivamente o futebol americano ao calendário internacional da cidade.

Nesse sentido, a chegada da NFL ao Maracanã é mais uma demonstração desse potencial. Ao lado dos grandes eventos que já fazem parte da identidade carioca, novas atrações ajudam a diversificar nosso calendário, alcançar diferentes públicos e ampliar a presença internacional da cidade. E esse é o compromisso da Riotur: trabalhar para que o Rio, a “Capital dos Grandes Eventos”, continue recebendo, promovendo e realizando acontecimentos capazes de movimentar a cidade durante todo o ano, atraindo cada vez mais visitantes e oferecendo novas razões para conhecer o Rio — e para querer sempre voltar.

BERNARDO FELLOWS

Carta do **Secretário de Desenvolvimento Econômico**

O Rio possui uma combinação de ativos que poucas cidades no mundo conseguem reunir. Cultura, esporte, criatividade, turismo e grandes eventos fazem parte da identidade carioca e, ao mesmo tempo, constituem importantes vetores de desenvolvimento econômico. Ao transformar sua capacidade de atrair pessoas e atenção internacional em atividade econômica, o Rio gera emprego, renda e oportunidades e fortalece sua posição como uma cidade global.

É sob essa perspectiva que devemos compreender a realização do *NFL Rio Game 2026*, entre Dallas Cowboys e Baltimore Ravens. Receber no Maracanã uma partida de uma das maiores competições esportivas do mundo vai muito além do espetáculo dentro de campo. Um evento internacional dessa dimensão mobiliza uma extensa cadeia produtiva, que começa com jogadores, equipes, profissionais de apoio, organização e imprensa e se espalha por hotéis, bares, restaurantes, comércio, transportes e inúmeros prestadores de serviços que atendem aos milhares de torcedores nacionais e internacionais que vieram ao Rio para acompanhar a partida.

Os números ajudam a dimensionar esse efeito. O impacto econômico estimado foi de R\$ 462,7 milhões na economia carioca, considerando seus efeitos diretos, indiretos e induzidos. Isso significa que a movimentação econômica não se restringiu aos gastos diretamente associados à realização da partida, mas se propagou por diferentes setores e atividades da economia da cidade.

Há ainda uma dimensão que os indicadores econômicos tradicionais não capturam integralmente. Realizada no Maracanã em setembro de 2026, a partida foi acompanhada por milhões de pessoas ao redor do mundo, com destaque para o público dos Estados Unidos. Essa exposição amplia a presença internacional do Rio, apresenta a cidade a novos públicos e fortalece o *soft power* carioca e brasileiro. Grandes eventos, portanto, não apenas geram atividade econômica no momento em que acontecem: também contribuem para ampliar a capacidade de atração da cidade no futuro.

É justamente essa combinação que torna os grandes eventos estratégicos para o desenvolvimento econômico. Eles atraem visitantes, estimulam o consumo, mobilizam empresas e trabalhadores e, simultaneamente, projetam internacionalmente a imagem do Rio.

Investir na capacidade do Rio de receber acontecimentos dessa magnitude é, portanto, também investir no desenvolvimento da cidade. Transformar nossa vocação de cidade global em mais emprego, renda e oportunidades para os cariocas é parte fundamental do trabalho de construir uma economia cada vez mais dinâmica, diversificada, criativa e inclusiva.

OSMAR LIMA

Sumário Executivo

O presente estudo, “Impacto Econômico do Jogo da NFL no Rio (2026)”, elaborado pela Prefeitura do Rio — por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) e da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur), em parceria com a NFL — trata do jogo no Rio, em 2026, da liga esportiva profissional de futebol americano dos Estados Unidos.



A *National Football League* (NFL) é a liga esportiva profissional de futebol americano dos Estados Unidos, com 32 times, divididos igualmente entre duas conferências: a *National Football Conference* (NFC) e a *American Football Conference* (AFC). A NFL é uma das quatro grandes ligas esportivas profissionais dos EUA e é o principal expoente do futebol americano no mundo.

Os jogos da NFL (*National Football League*) fora dos Estados Unidos têm demonstrado que o futebol americano é uma paixão além de um nicho: geram efeitos econômicos relevantes para as cidades que os recebem, movimentam turismo, hotelaria, transporte e comércio.

Expandindo ainda mais sua influência, e explorando um mercado consumidor apaixonada por esportes, a primeira experiência da NFL na América do Sul foi no Brasil em 2024, quando a cidade de São Paulo sediou o primeiro jogo oficial na Neo Química Arena (Arena Corinthians), entre *Philadelphia Eagles* e *Green Bay Packers*.

Além dos impactos econômicos associados à realização do evento, outra dimensão relevante é sua ampla repercussão na mídia e nas plataformas digitais. A transmissão global do NFL São Paulo Game de 2025 pelo YouTube alcançou uma audiência média de 19,7 milhões de espectadores por minuto, dos quais 18,5 milhões estavam nos Estados Unidos e 1,2 milhão em outros países, segundo dados revisados pelo YouTube e pela Nielsen. Nas plataformas da Globo, a transmissão realizada pelo SporTV 2 e pela Ge TV registrou, conjuntamente, audiência média superior a 686 mil espectadores por minuto. A repercussão também se estendeu às redes sociais: entre 4 e 6 de setembro, os conteúdos relacionados ao evento acumularam cerca de 78 milhões de visualizações de vídeos e 6,1 milhões de interações no Facebook, Instagram, X e TikTok, segundo dados da Comscore Social.

Estes eventos demonstram que os jogos internacionais da NFL não apenas atraem público, mas provocam efeitos econômicos bastante substanciais: elevam a receita de setores de turismo, hospedagem, alimentação, transporte, comércio ligado ao entretenimento, e produtos licenciados, além de gerar visibilidade internacional. Eles mostram também que cidades fora dos Estados Unidos podem obter retornos econômicos expressivos ao receber tais eventos, justificando investimentos em infraestrutura, logística e promoção para maximizar os benefícios.

O crescimento internacional é uma prioridade estratégica para a *National Football League* e seus 32 clubes. Com isso, o Brasil se destaca como o segundo maior público internacional da liga, com mais de 36 milhões de fãs e um escritório oficial no país, em São Paulo, evidenciando seu compromisso contínuo com o mercado.

Nesse sentido, a *National Football League* (NFL) anunciou um compromisso de cinco anos para realizar pelo menos três jogos da temporada regular do campeonato de futebol americano na cidade do Rio de Janeiro, durante a vigência do contrato, a partir de 2026, tendo como palco o tradicional estádio do Maracanã.

Para o jogo da NFL 2026, no Maracanã, o público foi de 72,8 mil torcedores, com um ticket-médio dos ingressos de aproximadamente R\$ 1.115. No jogo, 15% dos ingressos foram vendidos para fãs de fora do Brasil, de 66 países diferentes; e 85% foram de fãs brasileiros, sendo dentro deles, 35% cariocas e 65% de fora do Rio, de 955 cidades diferentes. Ou seja, do público total, 30% de cariocas e 55% de fora do Rio assistiram à partida.

De acordo com o estudo da SMDE (2024) “Economia do Futebol Carioca”, “também há torcedores que, mesmo nos jogos ‘em casa’, não vão aos estádios, mas assistem aos jogos em bares, restaurantes, locais abertos - como praças e “baixos”. E, com isso, eles têm algum tipo de gasto, com transporte, alimentação, bebida, entre outros, movimentando a economia.” O estudo considera como hipótese que 1/3 dos torcedores vão aos estádios e 2/3 assistem aos jogos nos bares, restaurantes, etc. Nesse sentido, sob essa hipótese, além dos 72,8 mil torcedores no estádio, também houve, pelo menos, 145,6 mil cariocas assistindo ao jogo em bares, com impacto na economia carioca.

Levando tudo isso em conta — o gasto dos turistas (nacionais e internacionais), dos cariocas que foram no jogo, dos ingressos e dos torcedores que assistiram o jogo em eventos, bares e restaurantes - o impacto econômico direto do jogo da NFL no Rio, no Maracanã, em 2026, foi estimado em **R\$ 231,8 milhões**.

De acordo com o estudo “2024 NFL São Paulo Game Impacts — The Sports Consultancy Impact Assessment”, além do impacto direto, há também o impacto indireto e o induzido. Com base nesse estudo, o impacto direto representou 50,1% do impacto total; 27,1% foi o indireto; e 22,8% o induzido.

Nesse sentido, além do impacto estimado direto, também há o impacto indireto estimado em R\$ 125,4 milhões e o impacto induzido estimado em R\$ 105,5 milhões, totalizando um **impacto total estimado em R\$ 462,7 milhões—o equivalente a US\$ 89,8 milhões**.

1. Introdução

O presente estudo, “Impacto Econômico do Jogo da NFL no Rio (2026)”, elaborado pela Prefeitura do Rio — por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) e da Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur), em parceria com a NFL — trata do jogo no Rio, em 2026, da liga esportiva profissional de futebol americano dos Estados Unidos.

Após o Sumário Executivo e essa breve introdução, a seção 2 é sobre a NFL - *National Football League*; e a seção 3, refere-se aos jogos da NFL fora dos EUA. A seção 4 trata da NFL no Brasil; e a seção 5, sobre a parceria assinada do Rio de cinco anos com a NFL. E, por fim, a seção 6, refere-se ao Impacto Econômico do Jogo da NFL no Rio (2026).



2. NFL - *National Football League*

A *National Football League* (NFL) é a liga esportiva profissional de futebol americano dos Estados Unidos, com 32 times, divididos igualmente entre duas conferências: a *National Football Conference* (NFC) e a *American Football Conference* (AFC). A NFL é uma das quatro grandes ligas esportivas profissionais dos EUA e é o principal expoente do futebol americano no mundo. Sua temporada regular é jogada por dezoito semanas, de setembro até o começo de janeiro, com cada time jogando dezessete partidas e tendo uma semana de folga. Após a conclusão da temporada regulamentar, sete times de cada conferência (quatro campeões de divisão e três times de repescagem) avançam para os playoffs, em uma competição de morte súbita culminando na grande final, o Super Bowl, que normalmente é disputado em um domingo no meio de fevereiro e coloca frente a frente os campeões da NFC e da AFC.¹

Segundo matéria do jornal Lance (2025), “recentemente, a NFL deu sequência a sua estratégia de internacionalização e anunciou sete jogos fora dos Estados Unidos para a temporada 2025-2026, espalhados em cinco países. A ideia é aumentar a base de fãs de forma global, além de atrair novas receitas para a liga. Somente em 2024, o maior esporte do país registrou 23 bilhões de dólares (cerca de R\$129 bilhões) em receitas anuais. A meta para 2027 é ultrapassar 25 bilhões (R\$141 bilhões) em faturamento, impulsionada, sobretudo, pela expansão internacional.”²

¹ https://pt.wikipedia.org/wiki/National_Football_League

² <https://www.lance.com.br/lancebiz/com-faturamento-crescente-nfl-amplia-presenca-global-e-mira-novos-mercados.html>

3. Jogos da NFL Fora dos EUA

Os jogos da NFL (*National Football League*) fora dos Estados Unidos têm demonstrado que o futebol americano é uma paixão além de um nicho: geram efeitos econômicos relevantes para as cidades que os recebem, movimentam turismo, hotelaria, transporte e comércio. Um dos exemplos mais bem documentados ocorreu na Cidade do México, com o jogo "Monday Night Football" realizado no Estádio Azteca. Um estudo da NFL, com apoio da consultoria Ernst & Young, mostrou que este jogo gerou para a economia local um impacto entre US\$ 43 milhões em gastos de turistas domésticos e internacionais, sendo US\$ 32 milhões incremental à economia da cidade (gastos adicionais que não existiriam se o evento não tivesse ocorrido). O estádio teve capacidade esgotada (mais de 76 mil pessoas), com uma quantidade expressiva de visitantes vindos de fora da cidade e de fora do país que permaneceram vários dias antes e após o evento, beneficiando fortemente hotelaria, alimentação, transporte e serviços turísticos.

Expandindo ainda mais sua influência, e explorando um mercado consumidor apaixonada por esportes, a primeira experiência da NFL na América do Sul foi no Brasil no último ano. Em setembro de 2024, São Paulo sediou o primeiro jogo oficial na Neo Química Arena (Arena Corinthians), entre *Philadelphia Eagles* e *Green Bay Packers*. Segundo dados da São Paulo Turismo (SPTuris) em conjunto com a liga, o evento gerou um impacto econômico de cerca de US\$61,9 milhões, o que convertido para reais ficou em torno de R\$330 a R\$338 milhões, valor estimado pela própria prefeitura. Também foram criados aproximadamente 12,5 mil empregos temporários para viabilizar o evento. O público presente foi de 47.236 pessoas, sendo cerca de 69% vindas de fora da cidade de São Paulo, e aproximadamente 11,5% do público estrangeiro. O gasto médio dos visitantes foi avaliado em aproximadamente R\$3.355,73, com permanência média de cerca de 3,2 dias. Esses dados foram levantados pelo Observatório de Turismo e Eventos (OTE) da SPTuris. Além disso, este primeiro jogo superou a previsão inicial da Prefeitura, que esperava um impacto de US\$60 milhões.

Após o sucesso da primeira edição, em setembro de 2025 ocorreu o segundo São Paulo Game, entre *Los Angeles Chargers* e *Kansas City Chiefs*, novamente na Neo Química Arena. De acordo com estimativas da SPTuris, esse jogo também movimentou mais de R\$330 milhões na economia da cidade. O público presente foi um pouco maior que no ano anterior, com 47.627 espectadores. A Prefeitura informou que a taxa de ocupação hoteleira da Zona Leste alcançou cerca de 93% no dia do jogo, indicando forte procura de visitantes para hospedagem próxima ao estádio. Assim como ocorreu em 2024, houve impulso nos setores de hotelaria, transporte, alimentação e serviços, com geração de empregos e ampliação do turismo local. Outro dado relevante foi o

do gasto médio de turistas, que alcançou cerca de R\$ 3.355,73, em uma permanência média de 3 dias, dados divulgados pela SPTuris.

Além dos impactos econômicos associados à realização do evento, outra dimensão relevante é sua ampla repercussão na mídia e nas plataformas digitais. A transmissão global do NFL São Paulo Game de 2025 pelo YouTube alcançou uma audiência média de 19,7 milhões de espectadores por minuto, dos quais 18,5 milhões estavam nos Estados Unidos e 1,2 milhão em outros países, segundo dados revisados pelo YouTube e pela Nielsen. Nas plataformas da Globo, a transmissão realizada pelo SporTV 2 e pela Ge TV registrou, conjuntamente, audiência média superior a 686 mil espectadores por minuto. A repercussão também se estendeu às redes sociais: entre 4 e 6 de setembro, os conteúdos relacionados ao evento acumularam cerca de 78 milhões de visualizações de vídeos e 6,1 milhões de interações no Facebook, Instagram, X e TikTok, segundo dados da Comscore Social.

Estes eventos demonstram que os jogos internacionais da NFL não apenas atraem público, mas provocam efeitos econômicos bastante substanciais: elevam a receita de setores de turismo, hospedagem, alimentação, transporte, comércio ligado ao entretenimento, e produtos licenciados, além de gerar visibilidade internacional. Eles mostram também que cidades fora dos Estados Unidos podem obter retornos econômicos expressivos ao receber tais eventos, justificando investimentos em infraestrutura, logística e promoção para maximizar os benefícios.

4. NFL no Brasil³

O crescimento internacional é uma prioridade estratégica para a *National Football League* e seus 32 clubes. Com isso, o Brasil se destaca como o segundo maior público internacional da liga, com mais de 36 milhões de fãs e um escritório oficial no país, em São Paulo, evidenciando seu compromisso contínuo com o mercado.

O Brasil abriga um extenso calendário de NFL Flag, programa oficial de *flag football* da NFL, que possibilita que jovens atletas em escolas de São Paulo e Rio de Janeiro joguem nas categorias sub 12, 14 e 15, além de viajarem para torneios internacionais.

Pelo *Global Markets Program* da NFL, *Detroit Lions*, *Miami Dolphins*, *New England Patriots* e *Philadelphia Eagles* detêm direitos de marketing no Brasil, apoiando uma série de parcerias de mídia e marca, que segue fortalecendo a presença da liga e sua base de fãs no país.

³ <https://prefeitura.rio/cidade/rio-de-janeiro-assina-parceria-de-cinco-anos-com-a-nfl-partidas-serao-no-maracana/>

5. Rio de Janeiro Assina Parceria de Cinco Anos com a NFL: Partidas Serão no Maracanã⁴

A *National Football League* (NFL) anunciou um compromisso de cinco anos para realizar pelo menos três jogos da temporada regular do campeonato de futebol americano na cidade do Rio de Janeiro, durante a vigência do contrato, a partir de 2026. A NFL prioriza a expansão global e leva seus jogos internacionais para novas cidades ao redor do mundo. Com mais de 36 milhões de fãs da NFL no Brasil, a liga retornará ao país na próxima temporada tendo como palco o tradicional estádio do Maracanã.

Além dos jogos de temporada regular, a liga está comprometida em desenvolver o esporte em todas as categorias no Brasil, engajando os fãs ao longo de todo o ano por meio de parceiros, programas e iniciativas, incluindo o NFL Flag e ações comunitárias.

Ao longo da história da NFL, 56 jogos de temporada regular já foram disputados internacionalmente, com Frankfurt, Londres, Cidade do México, Munique, São Paulo e Toronto entre as sedes até o momento.

⁴ <https://prefeitura.rio/cidade/rio-de-janeiro-assina-parceria-de-cinco-anos-com-a-nfl-partidas-serao-no-maracana/>

6. Impacto Econômico do Jogo da NFL no Rio (2026)

Para o jogo da NFL 2026, no Maracanã, o público foi de 72,8 mil torcedores. Considerando o ticket-médio dos ingressos⁵ do jogo da NFL 2026⁶ —separados pelo setor, quantidade de ingressos por setor, e preço de cada local — o valor médio do ingresso é de aproximadamente R\$ 1.115.

No jogo, 15% dos ingressos foram vendidos para fãs de fora do Brasil, de 66 países diferentes; e 85% foram de fãs brasileiros, sendo dentro deles, 35% cariocas e 65% de fora do Rio, de 955 cidades diferentes. Ou seja, do público total, 30% de cariocas e 55% de fora do Rio assistiram à partida.

O cálculo da movimentação econômica dos turistas teve como base o gasto médio R\$ 2.213⁷ do turista brasileiro e de R\$ 4.612⁸ por visitante estrangeiro, segundo o estudo “Turismo no Rio de Janeiro: Panorama recente dos principais indicadores”, do Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises (IFec RJ).⁹ Os gastos dos turistas incluem os setores de hospedagem, alojamento, restaurantes, bares, compra de alimentos e bebidas para consumo (fora de restaurantes e bares), combustível, transporte, deslocamento interno, entretenimento / lazer (festas, pontos turísticos), telecomunicações (telefonia, internet) e compras de produtos (artigos de vestuário, lembrancinhas). E o gasto médio do carioca (R\$ 131,7) corresponde ao valor do transporte e bares / restaurantes, 35,7% do gasto diário do turista nacional, segundo o estudo do IFec RJ.

De acordo com o estudo da SMDE (2024) “Economia do Futebol Carioca”,¹⁰ “também há torcedores que, mesmo nos jogos ‘em casa’, não vão aos estádios, mas assistem aos jogos em bares, restaurantes, locais abertos - como praças e “baixos”. E, com isso, eles têm algum tipo de gasto, com transporte, alimentação, bebida, entre outros, movimentando a economia.” O estudo considera como hipótese que 1/3 dos torcedores vão aos estádios e 2/3 assistem aos jogos nos bares, restaurantes, etc. Nesse sentido, sob essa hipótese, além dos mais de 70 mil torcedores no estádio,

⁵ Cota de ingressos do tipo meia-entrada, limitada a 40% da capacidade, conforme a Lei Federal n.º 12.933/2013.

⁶ <https://www.ticketmaster.com.br/event/nfl-2026-general-sale>

⁷ Atualizado para valores de julho de 2026, deflacionado pelo IPCA.

⁸ O ticket-médio da pesquisa, de agosto de 2025, foi convertido em dólar daquele período, e atualizado pela taxa de câmbio de julho de 2026.

⁹ Vale destacar que a Prefeitura do Rio – por meio da SMDE – tem um Acordo de Cooperação Técnica com o IFec RJ para a realização de estudos econômicos, inclusive sobre turismo.

¹⁰ Disponível no Observatório Econômico do Rio, no link <https://observatorioeconomico.rio/wp-content/uploads/sites/5/2024/04/Economia-Futebol-Carioca-Final.pdf>

também vai haver, pelo menos, aproximadamente 145 mil¹¹ cariocas assistindo ao jogo em bares, com impacto na economia carioca, com um gasto médio de R\$ 72,76.¹²

Levando tudo isso em conta — o gasto dos turistas (nacionais e internacionais), dos cariocas que foram no jogo, dos ingressos e dos torcedores que assistiram o jogo em eventos, bares e restaurantes - o impacto econômico estimado direto do jogo da NFL no Rio, no Maracanã, em 2026, foi de **R\$ 231,8 milhões**.

De acordo com o estudo “2024 NFL São Paulo Game Impacts — The Sports Consultancy Impact Assessment”, além do impacto direto, há também o impacto indireto e o induzido. Com base nesse estudo, o impacto direto representou 50,1% do impacto total; 27,1% foi o indireto; e 22,8% o induzido.¹³

Tabela 1: Impactos da NFL 2026

(milhões de R\$)

Impacto direto	231,8
Impacto indireto	125,4
Impacto induzido	105,5
Impacto total	462,7

Conforme mostra a Tabela 1, além do impacto direto estimado em R\$ 231,8 milhões, há o impacto indireto de R\$ 125,4 milhões e o impacto induzido de R\$ 105,5 milhões, totalizando um **impacto total estimado em R\$ 462,7 milhões — o equivalente a US\$ 89,8 milhões**.¹⁴

¹¹ 145.584.

¹² Gasto médio citado no estudo da SMDE (2024) “Economia do Futebol Carioca”, em valores atualizados de julho de 2026, deflacionados pelo IPCA.

¹³ É considerado impacto indireto a movimentação econômica provocada na cadeia de fornecedores, que se prepara para atender o aumento de demanda ligado à realização do evento. Já o impacto induzido é quando o ganho, direto ou indireto, de quem trabalhou de alguma forma no evento, retorna para a economia por meio de compra de produtos ou contratação de serviços não atrelados ao evento.

¹⁴ Convertido pela taxa média de câmbio (R\$ / US\$ 5,15) de agosto de 2026, segundo dados do Banco Central.

Prefeito

Eduardo Cavaliere

Presidente da Riotur

Bernardo Fellows

Secretário de Desenvolvimento
Econômico

Osmar Lima

Vice-Presidente da Riotur

Luis Galo Monsores

Diretora de Planejamento e
Marketing da Riotur

Renata Paes Leme

Subsecretário de Desenvolvimento
Econômico e Inovação

Marcel Grillo Balassiano

Coordenadores do Estudo

Marcel Balassiano

Renata Paes Leme

Coordenadora de Comunicação
(SMDE)

Janaína Salles

Assessores de Comunicação
(SMDE)

Nathalia Leite

Rafael Massadar

Assessora-Chefe de Imprensa
(Riotur)

Letícia Motta

Diagramação

Suellen Machado

Rodrigo Alves



Desenvolvimento
Econômico

