

20  
26

# IMPACTO ESPERADO DEL MUNDIAL DE FÚTBOL 2026 EN LAS VENTAS

DIVISIÓN 56

Estimación diaria y resumen mensual para servicios de comida, bares y actividades de expendio de bebidas

Realizado por:

**DIRECCIÓN DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES**

**db asobares**  
Asociación de Bares y Restaurantes de Colombia

## Resumen ejecutivo

Este documento presenta una estimación ex ante del impacto esperado del Mundial de Fútbol 2026 sobre las ventas diarias de la división 56 de los códigos CIU, a partir de las ventas diarias estimadas, el calendario de partidos, la hora de cada encuentro en Colombia y una calibración de impacto tomada como referencia sectorial internacional. El ejercicio no debe leerse como una medición causal ex post, sino como una simulación de sensibilidad comercial diseñada para anticipar la presión de demanda durante los días del torneo.

La referencia de Nightlife International / International Nightlife Association sostiene que los negocios de vida nocturna y hospitalidad pueden registrar incrementos de ingresos de 20% a 40% en días de partidos relevantes, especialmente en fases eliminatorias y horarios nocturnos. Ese rango fue utilizado como margen de calibración: 20% para el escenario bajo, 30% para el escenario medio y 40% para el escenario alto en días de intensidad máxima, ajustando cada día por horario, fase, día de la semana, presencia de Colombia y concentración de partidos en franjas comercialmente útiles.

Bajo el escenario medio, el impacto acumulado esperado alcanza \$656.806 millones de pesos, equivalente a 23,5% adicional sobre las ventas base del período modelado. Junio concentra 63,2% del impacto medio total, mientras que julio concentra 36,8%.

## 1. Resultados agregados del período modelado

Escenario	Incremento esperado (Millones de pesos)	% sobre ventas base	Ventas con impacto (Millones de pesos)
Ventas base	2.792.242	No aplica	2.792.242
Escenario bajo	437.871	15,7%	3.230.112
Escenario medio	656.806	23,5%	3.449.048
Escenario alto	875.741	31,4%	3.667.983

Tabla 1. Impacto acumulado esperado entre el 11 de junio y el 19 de julio de 2026.

La lectura principal es que la exposición comercial del Mundial no se distribuye de manera uniforme. El efecto agregado depende de la concentración de partidos en días con mayor propensión de consumo social, de la presencia de encuentros en franjas de tarde y noche, y de la capacidad de los establecimientos para transformar la transmisión del partido en mayor permanencia, consumo por cliente y programación posterior.

## 2. Impacto esperado mensual

Mes	Ventas base (millones de pesos)	Imp. Bajo (millones de pesos)	Imp. Medio (millones de pesos)	Imp. Alto (millones de pesos)	Imp. medio %	Días con partido	Partidos
junio 2026	1.456.984	276.904	415.356	553.808	28,5%	20/20	79
julio 2026	1.335.258	160.967	241.450	321.934	18,1%	14/19	25

Tabla 2. Impacto esperado por mes y concentración de partidos.

El resultado mensual muestra que junio es el mes de mayor presión comercial esperada. En el escenario medio, el impacto de junio asciende a \$415.356 millones de pesos, equivalente a 28,5% sobre sus ventas base. Julio registra un impacto medio de \$241.450 millones de pesos, equivalente a 18,1%. La diferencia no implica que julio sea menos importante en términos deportivos, sino que combina menos días del torneo dentro del mes y una base de ventas diferente.

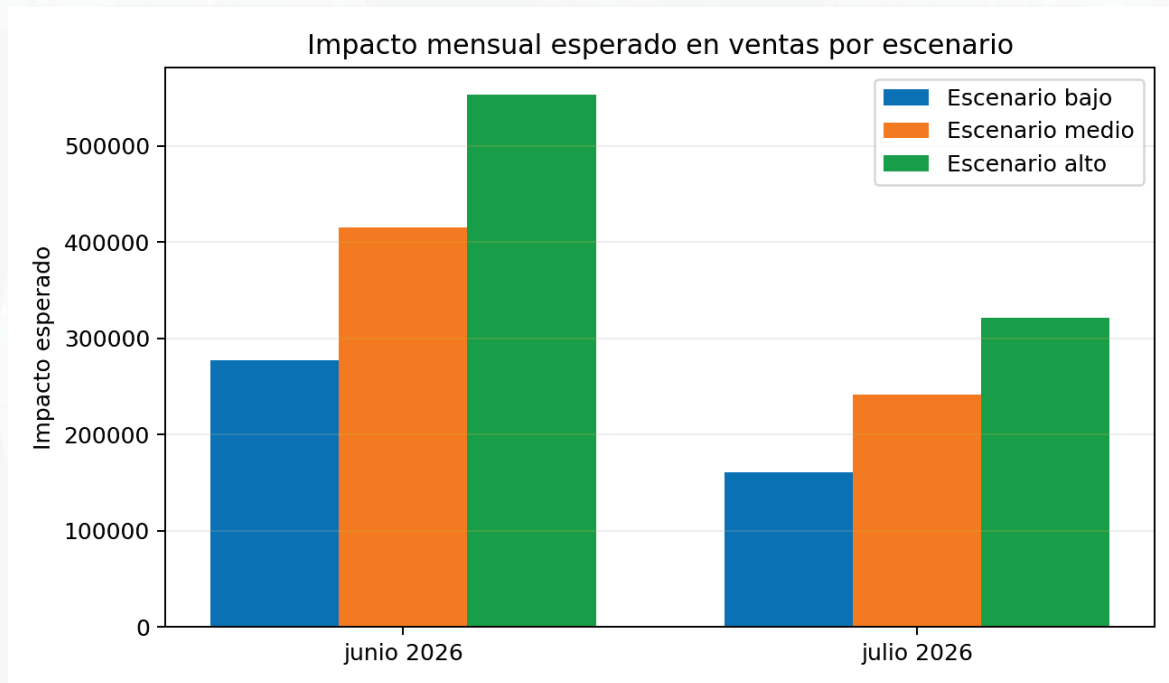


Gráfico 1. Impacto mensual esperado bajo escenarios bajo, medio y alto (Millones de pesos).

### 3. Resultados diarios y días de mayor impacto

El perfil diario del impacto muestra que los mayores incrementos esperados se ubican en sábados y viernes con alta venta base y partidos en franjas comercialmente útiles. La ponderación del modelo hace que un día con varios partidos, horarios de tarde/noche o presencia de Colombia tenga una intensidad comercial superior a un día con un único partido en horario menos favorable.

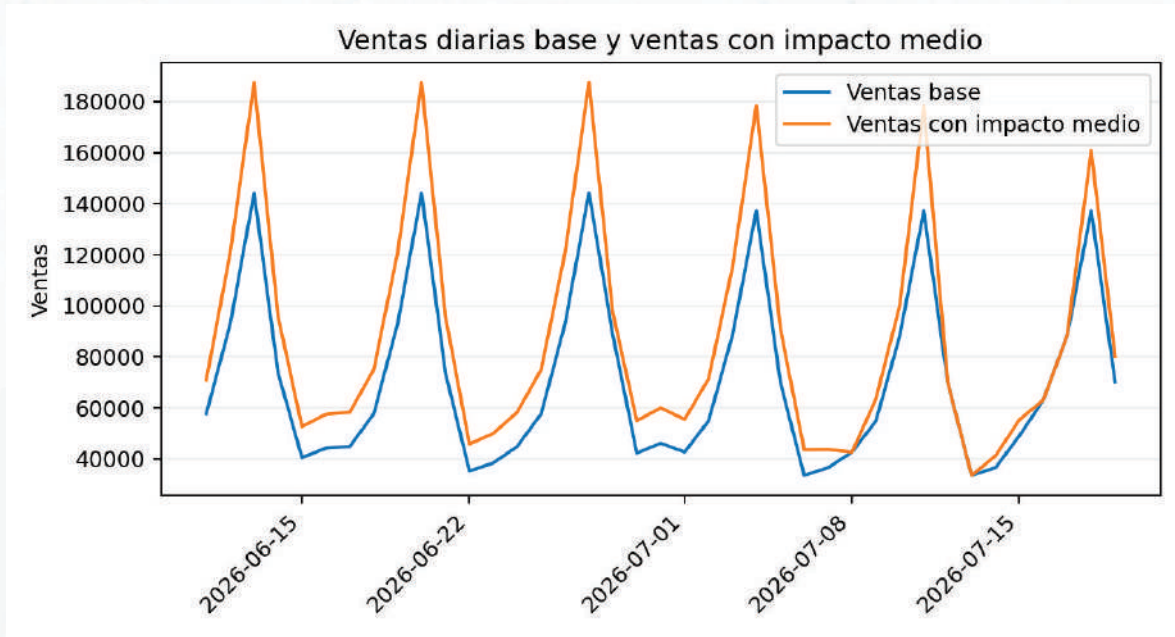


Gráfico 2. Comparación entre ventas base y ventas con impacto medio (Millones de pesos).

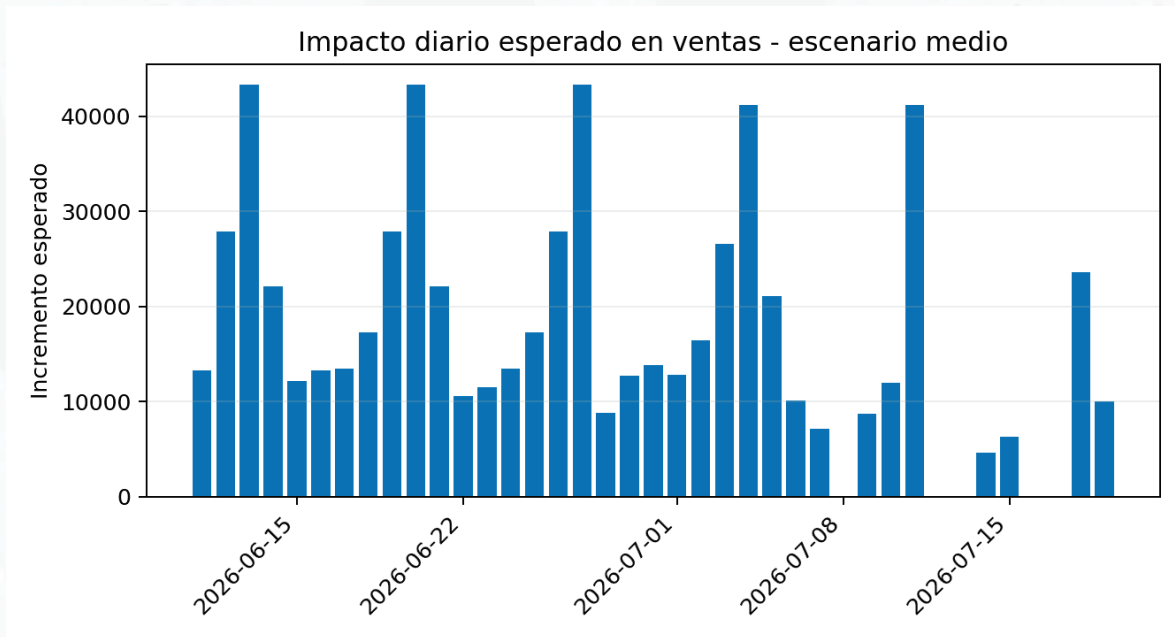


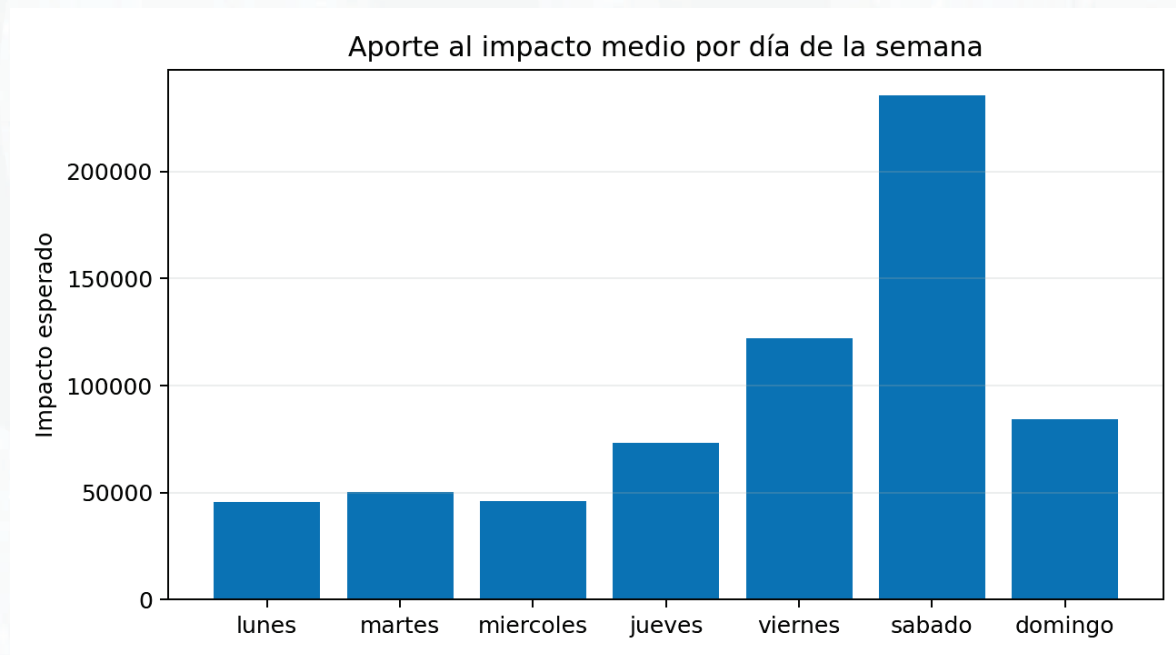
Gráfico 3. Impacto diario esperado en el escenario medio (Millones de pesos).

Fecha	Día	Partidos	Col.	Prime/ noche	Ventas base (Millones de pesos)	Impacto medio (Millones de pesos)	%
13-Jun	sabado	3	0	1	144.208	43.262	30,0%
27-Jun	sabado	6	1	2	144.208	43.262	30,0%
20-Jun	sabado	3	0	1	144.208	43.262	30,0%
04-Jul	sabado	2	0	0	137.247	41.174	30,0%
11-Jul	sabado	2	0	1	137.247	41.174	30,0%
12-Jun	viernes	3	0	2	92.934	27.880	30,0%
26-Jun	viernes	6	0	4	92.934	27.880	30,0%
19-Jun	viernes	4	0	2	92.934	27.880	30,0%
03-Jul	viernes	3	0	1	88.448	26.534	30,0%
18-Jul	sabado	1	0	0	137.247	23.552	17,2%

Tabla 3. Diez días con mayor impacto esperado en el escenario medio. Fechas de 2026.

Los tres días con mayor impacto esperado son el 13, 20 y 27 de junio. En esos casos coinciden ventas base elevadas y varios partidos del calendario. El 27 de junio aparece además como una jornada estratégica por la presencia de Colombia contra Portugal en una franja de alta visibilidad comercial. Para fines de planeación sectorial, estos días deberían recibir especial atención en programación, inventarios, personal, seguridad, reservas y negociación de promociones con marcas de bebidas.

Partidos de referencia en las jornadas de mayor impacto: el 13 de junio incluye Qatar-Suiza, Brasil-Marruecos y Haití-Escocia; el 20 de junio incluye Países Bajos-Suecia, Alemania-Costa de Marfil y Ecuador-Curazao; y el 27 de junio incluye Panamá-Inglaterra, Croacia-Ghana, Colombia-Portugal, Argentina-Jordania y otros partidos de cierre de fase de grupos.



## 4. Enfoque metodológico

La metodología parte de una hipótesis simple: el Mundial no afecta las ventas de manera homogénea, sino a través de la intensidad comercial de cada jornada. Por tanto, el impacto de cada día se obtiene al multiplicar las ventas base por un porcentaje de impacto ajustado por la intensidad del calendario.

La fórmula operativa utilizada fue:

$$\text{Impacto diario} = \text{ventas base diarias} \times \text{margen de referencia} \times \text{intensidad comercial del día}$$

Componente	Tratamiento en el modelo	Justificación
Margen bajo	20% en días de intensidad máxima	Referencia inferior del rango sectorial mencionado por Nightlife International / INA.
Margen medio	30% en días de intensidad máxima	Escenario central para presentación de resultados.
Margen alto	40% en días de intensidad máxima	Referencia superior del rango sectorial internacional.
Horario	Mayor peso en franjas de tarde y noche	Los partidos en horarios compatibles con consumo social tienen mayor intensidad.
Día de semana	Mayor sensibilidad en viernes y sábado	La base de ventas y la disposición a permanencia son mayores en fines de semana.
Fase del torneo	Mayor peso en eliminación directa	Los partidos de alta tensión y fase final elevan permanencia y asistencia.
Colombia	Peso adicional	Los partidos de la Selección elevan la probabilidad de reunión y consumo fuera del hogar.

Tabla 4. Supuestos de calibración del impacto esperado.

El estudio de Nightlife International / INA se usa como insumo de calibración, no como prueba estadística para Colombia. El documento sostiene que el Mundial puede elevar asistencia, permanencia, gasto por cliente, reservas grupales, programación posterior al partido y actividad de bares, clubes, restaurantes, fan zones y hoteles. También señala que el efecto tiende a ser mayor en partidos de alto perfil, horarios nocturnos y fases eliminatorias. A partir de esos elementos se construyó una variable diaria de intensidad, que permite diferenciar jornadas con bajo potencial comercial de días donde los establecimientos pueden operar como espacios de transmisión, reunión y entretenimiento.

## 5. Lectura económica de los resultados

El impacto estimado se concentra en la combinación entre calendario deportivo y estructura propia de la demanda nocturna. El Mundial genera un primer estímulo por transmisión de partidos, pero el efecto sobre ventas depende de que el establecimiento convierta esa audiencia en consumo: permanencia extendida, mayor rotación de bebidas, reservas grupales, paquetes de comida y bebida, activaciones de marca y programación posterior. Por eso, el efecto esperado es más intenso en bares, gastrobares, restaurantes-bar y discotecas con capacidad de transmisión y programación asociada, y más moderado en establecimientos donde el consumo depende menos de la socialización alrededor del partido.

La estimación también sugiere que el mes de junio debería ser el foco operativo de preparación. En junio se concentra una parte mayor del impacto esperado y se observan varios días con intensidad máxima. Julio mantiene efectos relevantes, especialmente durante rondas eliminatorias, cuartos, semifinales, tercer lugar y final, pero con menor aporte agregado dentro del período modelado.



[www.asobares.org](http://www.asobares.org)

20  
26