

Jogo da Seleção muda dinâmica do consumo e concentra pagamentos em bares antes e após o apito final, mostram dados do Itaú Unibanco

Levantamento aponta alta de 38,6% nas vendas em bares e identifica pico de pagamentos logo após o encerramento da partida

São Paulo, julho de 2026 - O quarto jogo da Seleção Brasileira no Mundial voltou a influenciar os hábitos de consumo dos brasileiros, com aumento de gastos em setores tradicionalmente associados à reunião de amigos para acompanhar as partidas. Segundo dados do Itaú Unibanco, as vendas em bares cresceram 38,6% na última segunda-feira (29) no país, na comparação com a mesma segunda-feira do ano anterior (30/06/2025). O consumo em açougues também registrou alta de 19,6%, reforçando o movimento de preparação para o jogo.

Ao longo do dia, o comportamento dos consumidores acompanhou a programação da partida. Os pagamentos em bares começaram a ganhar força durante a manhã e atingiram um primeiro pico por volta das 12h, pouco antes do início do jogo. Durante a partida, o movimento perdeu intensidade e voltou a crescer de forma expressiva logo após o apito final, por volta das 16h, registrando o maior pico de consumo do dia. Restaurantes acompanharam comportamento semelhante, enquanto os açougues concentraram o maior volume de pagamentos nas horas que antecederam a partida. Já os supermercados mantiveram crescimento até o início do jogo e passaram a registrar desempenho inferior ao do mesmo período do ano anterior durante a tarde.

Movimentação regional

Comportamento de consumo semelhante foi observado também em diferentes estados brasileiros. Em São Paulo, houve aumento de 34% nos gastos em bares na data do jogo contra o Japão, acompanhado por alta de 31% nos açougues e de 13% no segmento de bebidas. Assim como no cenário nacional, os pagamentos registraram forte aceleração logo após o encerramento da partida, por volta das 16h.

O Ceará registrou o maior crescimento nas vendas em bares entre os estados analisados, com alta de 141%, acompanhado por avanços de 33% nos açougues e de 19% nos restaurantes. Em Goiás, a alta em bares chegou a 67%, enquanto os supermercados avançaram 13,4% e o segmento de bebidas registrou alta de 6,2%.

O setor de bares também foi destaque na Bahia (+58%), Pernambuco (+44%), Rio de Janeiro (+38%) e Minas Gerais (+34) - estado que também teve avanço de 41,8% nos açougues.

Os números consideram as vendas realizadas via adquirência, pelas Laranjinhas (com cartões de débito e crédito), Pix QR Code e Pix Transferência, feitas de pessoa física (PF) para pessoa jurídica (PJ), na comparação entre 29 de junho de 2026 e o mesmo dia da semana do ano anterior (30 de junho de 2025).

Sobre Itaú Unibanco

O Itaú Unibanco é o maior banco privado da América Latina em volume de receita e carteira de crédito, com presença em 18 países e mais de 70 milhões de clientes. Como banco universal, atua de forma integrada em Varejo, Atacado e Investimentos, oferecendo soluções financeiras para pessoas, empreendedores e empresas de diferentes portes. O banco possui posição de liderança em segmentos como alta renda e agronegócio e investe continuamente em tecnologia e inovação — com uso intensivo de dados e inteligência artificial — para aprimorar a experiência dos clientes e ampliar sua atuação consultiva. Seu propósito é promover o bem-estar financeiro e contribuir para a prosperidade do país, apoiando clientes com soluções e assessoria em suas jornadas de crescimento, inclusão social e transição para uma economia de baixo carbono.

Atendimento PJ – Weber Shandwick: imprensaitau@webershandwick.com
Comunicação Corporativa - Itaú Unibanco: imprensa@itau-unibanco.com.br