



## IICV SEED Julho 2026

Índice de Intenção de Compra do Varejo – SEED

### NOSSO ÍNDICE – COMO FAZEMOS?

O IICV SEED é um índice de intenção de compra no varejo físico, baseado em 58 milhões de visitantes/mês em milhares de lojas por todo o Brasil. O índice é auditado em diferentes setores do varejo e permite uma leitura consolidada da intenção de compra ao longo do tempo, além de análises detalhadas por região e tipo de operação.

### IICV SEED – Variação Base YoY



\*Fonte: Portal UOL Economia

## FINAIS DE TORNEIO E PRESSÕES EXTERNAS DITAM O RESULTADO DE JULHO

O IICV SEED de julho de 2026 encerrou o período com **retração de -1,1%**, refletindo a combinação entre **eventos de grande audiência** e um **ambiente macroeconômico ainda desafiador**, fatores que continuam limitando o ritmo de recuperação do varejo.

No campo comportamental, o calendário de transmissões esportivas foi o principal responsável pela redução do fluxo presencial nas lojas. O último jogo do **Brasil contra a Noruega** provocou uma **queda expressiva de -56,0%** no movimento em pleno **domingo**, tradicionalmente um dos dias **mais relevantes para o faturamento semanal** do setor. Esse comportamento voltou a se repetir na **decisão do campeonato**, disputada no terceiro domingo de julho, quando o fluxo de consumidores **recuou -28,3%**, evidenciando o impacto dos grandes eventos esportivos sobre a circulação em estabelecimentos físicos.

Cenário macroeconômico e incertezas no comércio externo: a manutenção da **taxa Selic** em patamar **elevado** continua encarecendo o crédito e reduzindo o consumo de bens duráveis, enquanto a **inflação** sobre itens essenciais segue comprometendo a renda disponível das famílias e limitando as compras discricionárias.

No cenário internacional, o anúncio da **nova rodada de tarifas** impostas pelo governo norte-americano sobre produtos brasileiros, em vigor desde 22 de julho, já vinha influenciando as expectativas do mercado nas semanas anteriores à sua implementação. O aumento das incertezas pressionou o câmbio e reforçou uma postura

mais cautelosa tanto por parte dos consumidores quanto das empresas, especialmente na re-composição de estoques e no planejamento comercial.

#### JOGO 05



DOMINGO  
05/07 – 17H00

**-56,0%**

#### JOGO 05



DOMINGO  
19/07 – 16H00

**-28,3%**



## REGIÃO SUL – ÚNICA REGIÃO QUE APRESENTA RESULTADO POSITIVO

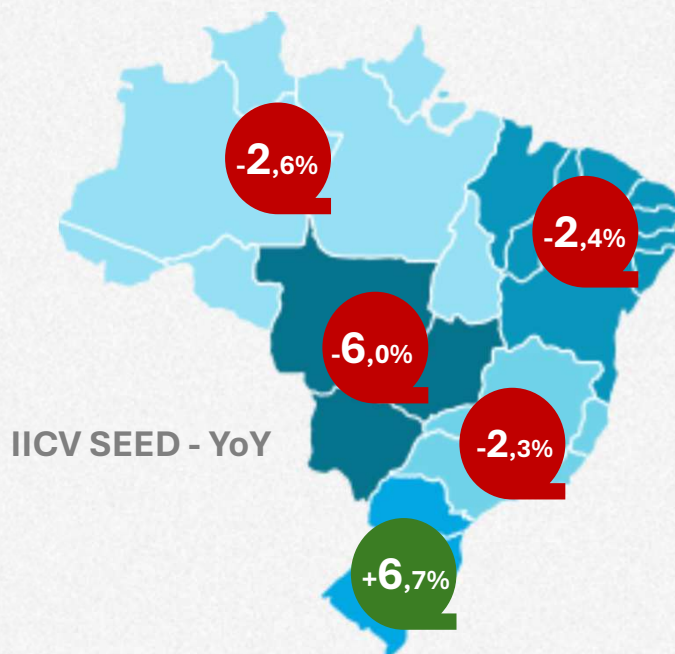
No panorama regional do **IICV SEED**, o destaque ficou com a **Região Sul**, que registrou **alta de +6,7%**. O resultado representa recuperação em relação ao mesmo período de 2025, quando a região havia encerrado o mês com **retração de -6,6%**. Após um período marcado por adversidades climáticas, o Sul demonstrou **resiliência** e voltou a liderar o desempenho entre as regiões brasileiras.

As demais regiões do país apresentaram **retração** em julho. O pior desempenho foi observado no **Centro-Oeste** (-6,0%), seguido por **Norte** (-2,6%), **Nordeste** (-2,4%) e **Sudeste** (-2,3%).

Embora cada região tenha apresentado características próprias, todas enfrentaram um **ambiente desafiador**, marcado pelos impactos dos jogos do **torneio de futebol**, pelo aumento das incertezas políticas e comerciais no cenário internacional e pela consolidação do **fenômeno El Niño** ao longo do mês.

No Norte e Nordeste, os primeiros efeitos do fenômeno começaram a ser percebidos com **períodos de estiagem** acima do padrão e temperaturas mais elevadas, fator este que pode afetar o comércio de rua, reduzindo a circulação de consumidores nos horários de maior calor e

que também eleva os custos logísticos. No Centro-Oeste, o **calor intenso** somou-se às **incertezas do agronegócio**, contribuindo para um ambiente de maior cautela. Já no Sudeste, a elevada **concentração urbana** tornou mais evidente a redução do fluxo presencial durante os dias dos jogos decisivos.



IICV SEED - YoY

• Sul • Sudeste • Centro-Oeste • Nordeste • Norte

## COMÉRCIO DE RUA SEGUE ESTÁVEL ENQUANTO SHOPPINGS DESPENCAM EM JULHO

O desempenho por canal de vendas evidenciou comportamentos bastante distintos em julho, segundo o IICV SEED. Enquanto as **Lojas de Rua** praticamente mantiveram estabilidade em relação a 2025, com leve retração de **-0,3%**, as **Lojas de Shopping** registraram queda de **-5,1%**, concentrando as maiores perdas do mês.

A diferença entre os canais está diretamente relacionada ao perfil de consumo de cada formato. Os shopping centers dependem fortemente do fluxo de consumidores nos finais de semana, especialmente aos **domingos, tradicionalmente o segundo dia de maior fluxo semanal**. Ao longo do mês, os jogos decisivos do torneio afastaram parte desse público neste dia dos empreendimentos. O **último jogo da Seleção Brasileira** reduziu o fluxo em **-56,0%**, enquanto a **decisão do campeonato** provocou nova queda de **-28,3%**, comprometendo significativamente o desempenho do canal.

Já o comércio de rua demonstrou maior resiliência. Com sua operação concentrando a jornada de compra de segunda a sábado, o canal praticamente **andou de lado**, encerrando o mês próximo da estabilidade.



### DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING EM JULHO

**-0,3%**

LOJAS DE RUA

**-5,1%**

LOJAS DE SHOPPING



## VAREJO PRESSIONADO: A DIFÍCIL TRAVESSIA ATÉ A BLACK FRIDAY E O NATAL

O início da segunda metade do ano traz consigo um sopro inicial de otimismo impulsionado pelo **Dia dos Pais** em agosto. Como uma das **primeiras grandes datas comemorativas** da metade final do ano, a celebração atua como um estímulo importante para **movimentar os estoques**, injetar liquidez no setor e aquecer o fluxo nas lojas.

No entanto, o alívio inicial tende a ser rapidamente neutralizado por fatores climáticos adversos, liderados pela consolidação do **fenômeno El Niño**. As alterações atípicas nas temperaturas e no volume de chuvas provocam **desequilíbrios significativos** na cadeia varejista, afetando desde a produtividade do setor agropecuário e o preço dos alimentos até a demanda por coleções sazonais de vestuário.

Somando-se ao cenário incerto, o ambiente político de ano eleitoral surge como **mais um componente** de instabilidade para o consumo. O **período pré-eleição**

historicamente eleva a **volatilidade econômica**, amplia a insegurança e desvia a atenção das compras, fazendo com que o consumidor adie decisões de maior valor e adote uma postura nitidamente cautelosa.

A combinação de fatores climáticos imprevisíveis e ruído político cria um ambiente de **retração no consumo de médio prazo**, pressionando as margens dos comerciantes e elevando os custos operacionais.

Diante desse panorama desafiador, a esperança de salvar o balanço anual fica depositada exclusivamente na reta final do calendário promocional. Eventos consolidados como a **Black Friday** e o **Natal** assumem o papel de verdadeiros "**salvadores da pátria**", tornando-se vitais para acelerar o giro de estoque e capturar a demanda represada ao longo dos meses anteriores.

Em suma, o segundo semestre se desenha como um teste de resiliência sem precedentes para os varejistas. **A capacidade de gestão de caixa**, eficiência logística e precisão nas estratégias promocionais de fim de ano ditarão quem conseguirá fechar o exercício no verde em meio a tantas adversidades.



## O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

A **SEED** ajuda na **transformação digital** da sua empresa