



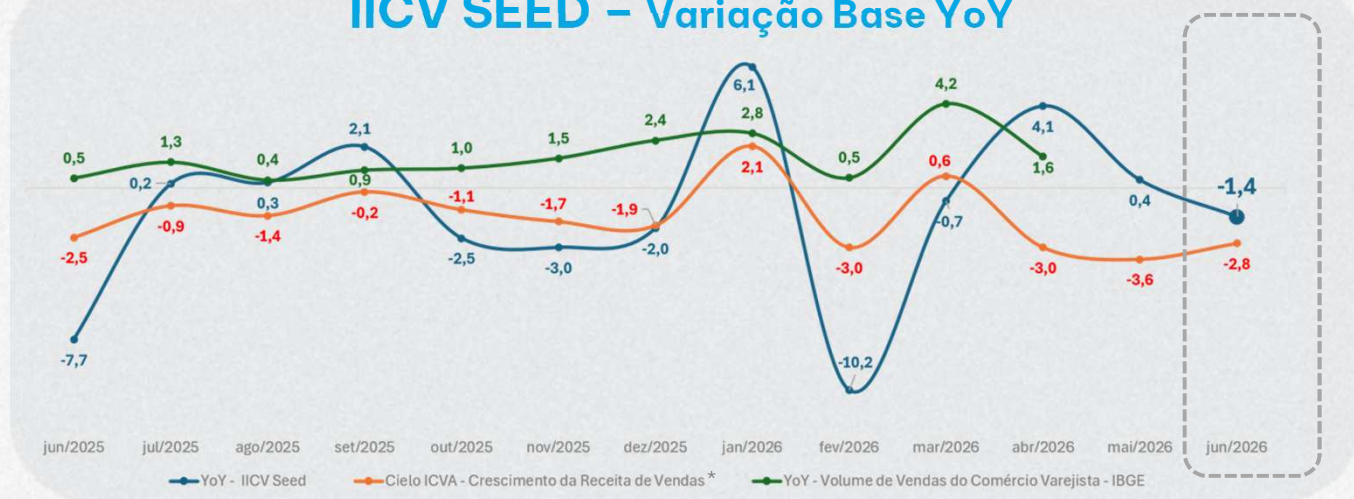
IICV SEED Junho 2026

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

JUNHO/26 – DIA DOS NAMORADOS IMPULSIONAM, JOGOS REDUZEM O RITMO

O IICV SEED de junho de 2026 registrou uma retração de **-1,4%** em relação ao mesmo período de 2025, interrompendo a sequência de alta dos últimos dois meses. Apesar do resultado consolidado negativo, o mês foi marcado por dinâmicas de consumo opostas entre as duas quinzenas.

Entre os dias 5 e 12 de junho, impulsionado pelo Dia dos Namorados, o índice registrou crescimento de **7,0%** em comparação ao mesmo intervalo do ano anterior. Esse forte desempenho foi potencializado pelo calendário de pagamentos e pela proximidade do Mundial de Futebol. Como a estreia da Seleção Brasileira ocorreu apenas no dia 13, parte do consumo foi direcionada para roupas, calçados e outros produtos associados ao evento esportivo.

Na segunda quinzena, entretanto, o cenário se inverteu. Com o início efetivo das partidas, o varejo enfrentou uma re-

dução **significativa** na circulação de pessoas nos horários dos jogos e o comércio precisou se adequar, com lojas encerrando as atividades mais cedo. Essa mudança de rotina afetou diretamente o fluxo dos shopping centers e reduziu parte do desempenho obtido na primeira quinzena.

Sob essa perspectiva, o fechamento de junho reflete um efeito conjuntural e não uma reversão na tendência de mercado. O resultado negativo foi determinado pela concentração das vendas na primeira metade do período e pelo impacto inevitável do calendário esportivo na rotina do consumidor.

Análise IICV SEED - YoY - Dia efetivo dos jogos - junho/26

JOGO 01	JOGO 02	JOGO 03	JOGO 04
			
SÁBADO 13/06 – 19H00	SEXTA - FEIRA 19/06 – 21H30	QUARTA - FEIRA 24/06 – 19H00	SEGUNDA - FEIRA 29/06 – 14H00
-17,9%	-28,8%	-26,0%	-36,3%

CENTRO-OESTE É A ÚNICA REGIÃO A ENCERRAR JUNHO EM ALTA

O Centro-Oeste foi o grande destaque do IICV SEED em junho de 2026. Com crescimento de **+2,6%** na comparação anual, consolidou-se como a única região do país a apresentar desempenho positivo.

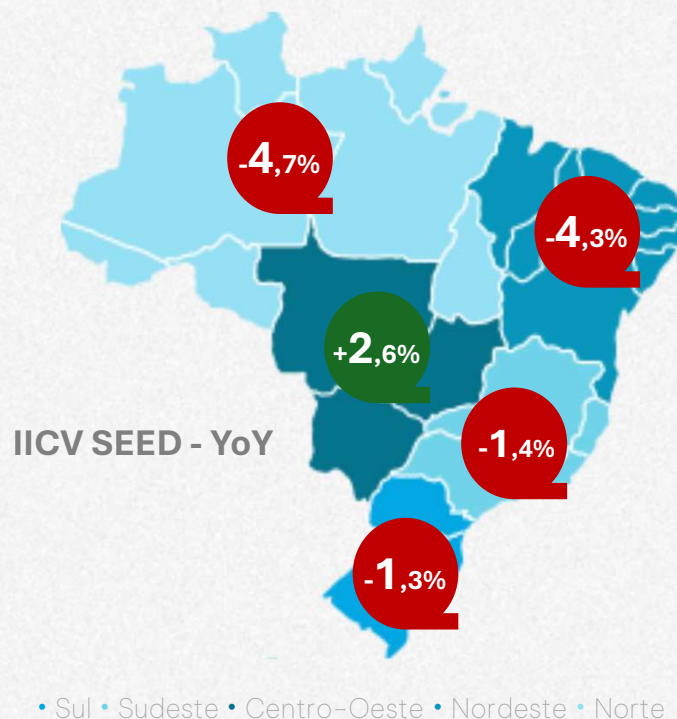
O resultado reflete a força do agronegócio local. Principal polo do setor no país, o Centro-Oeste concentra cerca de 35% do Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP) nacional, segundo os dados do IBGE. As projeções para 2026 indicam um novo recorde para o VBP brasileiro, impulsionado pelo volume recorde das safras e pelo alto nível de geração de renda no campo.

Essa solidez expande a circulação de receita nos municípios do interior, fortalece o comércio e sustenta um consumo mais resiliente, amortecendo os efeitos conjunturais observados em outras regiões. A pujança do campo ajuda a explicar por que a região manteve a trajetória de crescimento mesmo diante da retração nacional.

Em contrapartida, as demais regiões fecharam o mês no negativo. O Sul recuou **-1,3%**, seguido de perto pelo Sudeste (**-1,4%**), enquanto a região Nordeste (**-4,3%**) e a região Norte (**-4,7%**) registraram as quedas mais intensas. Nesses mercados, os fatores conjunturais — como o esvaziamento do comércio nos horários dos jogos e a concentração das compras na quinzena do Dia

dos Namorados — exerceram maior peso, puxando os índices para baixo.

Assim, o desempenho do Centro-Oeste reforça o impacto dos fatores econômicos locais na sustentação do consumo. Em um mês marcado por forte interferência de eventos sazonais na rotina do consumidor, o agronegócio mostrou-se o diferencial para preservar o dinamismo do varejo na região.



CANAIS DE VENDA APRESENTAM DESEMPENHO EQUILIBRADO EM JUNHO

O desempenho entre os principais canais de venda permaneceu bastante equilibrado em junho. As lojas de rua registraram retração de **-1,4%**, enquanto os estabelecimentos em shopping centers encerraram o período com queda de **-2,0%**, evidenciando que o recuo do consumo afetou o varejo independentemente do formato de operação.

A proximidade entre os resultados confirma que os fatores determinantes do mês tiveram caráter conjuntural e abrangente. A desaceleração não esteve relacionada à atratividade ou às estratégias comerciais de cada formato, mas a mudanças temporárias nos comportamentos de compras da população.

No caso dos shoppings, as vantagens tradicionais do canal — como a oferta integrada de lazer, alimentação e conveniência — não foram suficientes para reter o público na segunda quinzena. O impacto dos horários dos jogos acabaram se sobrepondo aos diferenciais físicos das estruturas, distribuindo a retração de maneira homogênea entre os canais.



DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING EM JUNHO

-1,4%

LOJAS DE RUA

-2,0%

LOJAS DE SHOPPING

O COMBO DE JULHO: FUTEBOL, FÉRIAS E CLIMA IRÃO INTERFERIR DIRETAMENTE NA DINÂMICA DO VAREJO

O comércio varejista enfrenta um cenário de múltiplos estímulos e desafios para este fechamento de julho. O **avanço da Seleção Brasileira** no campeonato internacional atua como uma faca de dois gumes: os dias de jogos esvaziam temporariamente as lojas e provocam uma queda imediata no fluxo de cliente e por sequência no volume de vendas nos horários das partidas. Esse comportamento de consumo intermitente exige das empresas uma escala de funcionamento altamente flexível e estratégias digitais agressivas para mitigar as perdas nos momentos de ruas vazias.

Paralelamente, o **período de férias** escolares introduz uma dinâmica de redistribuição de fluxo e renda. O varejo de bens duráveis agora compete diretamente com o setor de serviços, entretenimento e turismo, que absorvem boa parte do orçamento familiar neste mês. Enquanto shoppings e centros de lazer registram aumento de circulação, o comércio de rua convencional precisa recorrer a liquidações e estratégias de experiência em loja para atrair os consumidores que optaram por permanecer nas cidades.

Para intensificar a complexidade do mês, a **chegada antecipada dos efeitos do fenômeno El Niño em junho/26**, que já vem sendo classificado por analistas de mercado e meteorologistas como um potencial "Super El Niño", já começou a alterar drasticamente o comportamento de compra.

O fenômeno deve impactar o setor em três frentes principais: no bolso do consumidor (inflação), nos produtos mais procurados (clima) e na saúde pública (mudança epidemiológica).

No bolso: Itens básicos como frutas, legumes, carnes, panificação e laticínios ficam mais caros, desta forma, sobra menos orçamento para o varejo discricionário (eletrônicos, eletrodomésticos, calçados e vestuário).

No estoque: O El Niño de 2026 está trazendo um inverno e uma primavera com temperaturas muito acima da média histórica (grandes ondas de calor), podendo gerar, encalhe de artigos de inverno e explosão de venda de climatização por exemplo.

Saúde pública: Alergias respiratórias, tempo extremamente seco, tende a aumentar a poluição. Neste quesito quem ganha mercado são as farmácias e drogarias. Com a venda de repelentes, inseticidas e medicamentos, este setor precisa se preparar com estoques para não perder a janela de oportunidade.

Enfim, teremos um mês bastante movimentado, exigindo habilidades de negócio que vão muito além da compra e venda.



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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