



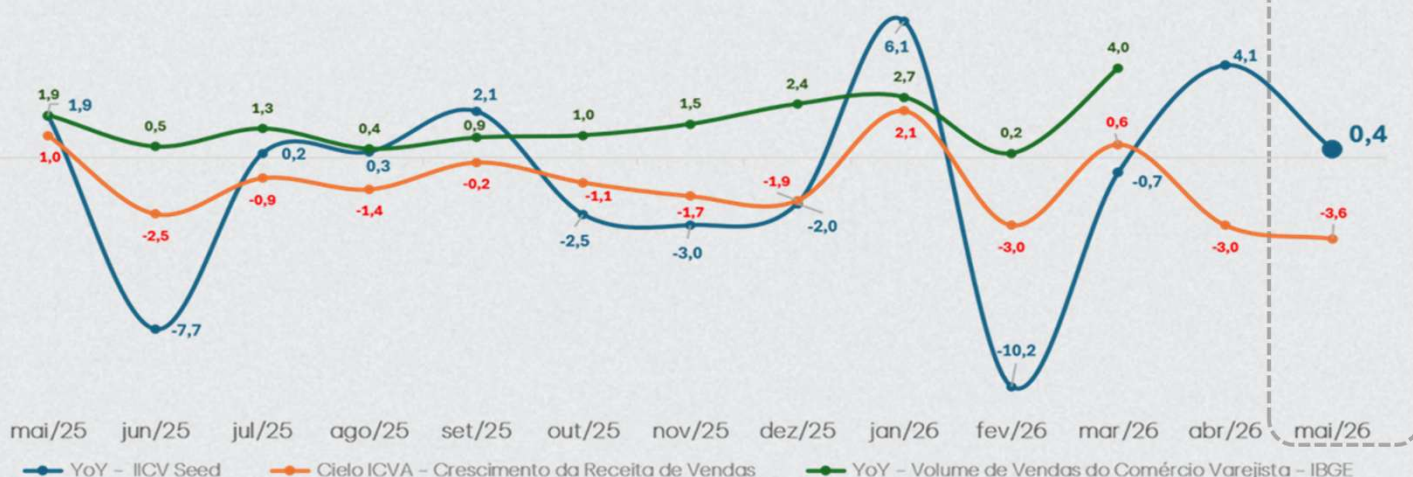
IICV SEED Maio 2026

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



DIA DAS MÃES SUSTENTA O VAREJO EM MAIO.

O mês de maio/2026 encerrou com o IICV Seed marcando +0,4%, resultado positivo, mas que representa uma desaceleração relevante frente aos +4,1% registrados em abril. A leitura do mês, no entanto, não pode ser dissociada de um evento central: **o Dia das Mães**.

Na semana entre os dias **04 e 10 de maio**, o **índice de fluxo registrou crescimento de +6,4%** frente à mesma semana de 2025, desempenho expressivo que evidencia o **poder de mobilização da data e seu papel como um dos principais motores de tráfego do primeiro semestre**. Na prática, foi o Dia das Mães que sustentou o resultado do mês - sem a data comemorativa, o consolidado seria significativamente mais fraco.

Esse comportamento reflete um padrão que vem se consolidando no varejo: **o fluxo orgânico está sob pressão**. O ambiente econômico — marcado por juros ainda elevados e inflação que segue corroendo a renda das famílias — mantém o consumidor cauteloso e seletivo nas suas decisões de deslocamento e consumo. Some-se a isso o ruído político-fiscal típico do calendário brasileiro em maio, que tende a ampliar a incerteza e frear o tráfego espontâneo nas lojas.

Para o varejo, o recado é estratégico: quem performou bem em maio, performou no Dia das Mães. Datas comemorativas deixaram de ser apenas oportunidades pontuais e passaram a funcionar como âncoras de resultado num cenário de consumidor cada vez mais criterioso. **Planejar e ativar essas datas com antecedência, portanto, não é diferencial — é condição para manter fluxo e relevância ao longo do ano.**

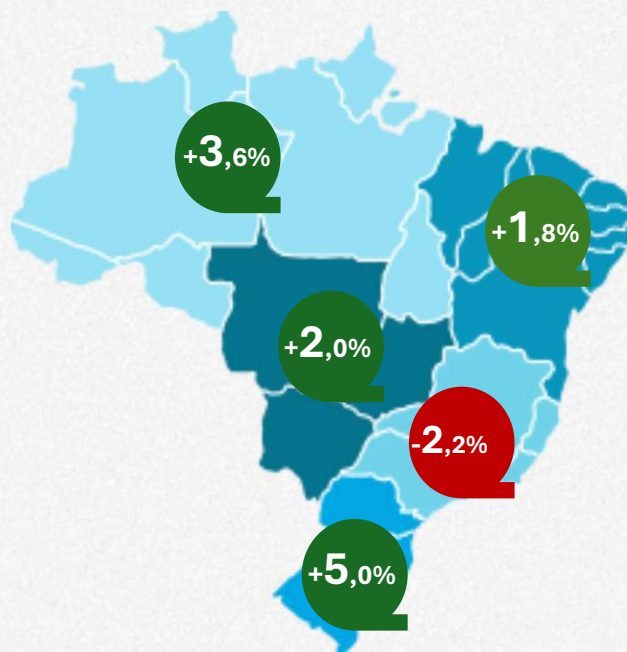
A MAIORIA DAS REGIÕES REFORÇA O AQUECIMENTO DO VAREJO

A maior parte das regiões brasileiras apresentou desempenho positivo em maio. O principal destaque foi a região Sul, que manteve sua trajetória de recuperação ao registrar alta de **+5,0%**. Este é o terceiro resultado consecutivo de crescimento para a região (**+3,6% em março**, **+9,6% em abril** e **+5,0% em maio**), consolidando a recuperação após a forte retração observada em fevereiro (**-17,2%**). Também registraram crescimento as regiões Norte (**+3,6%**), Centro-Oeste (**+2,0%**) e Nordeste (**+1,8%**).

Em contrapartida, a **região Sudeste** foi a única a apresentar retração, com resultado de **-2,2%**. A região, que concentra a maior parcela do consumo nacional, também costuma ser uma das mais sensíveis à concorrência do comércio eletrônico, especialmente em períodos de maior pressão promocional. Soma-se a isso a chegada das temperaturas mais baixas em parte dos grandes centros urbanos, fator que pode alterar hábitos de consumo e deslocamento, influenciando o fluxo de visitantes nas lojas físicas.

Mesmo com o resultado negativo do Sudeste, o desempenho positivo das demais regiões foi suficiente

para sustentar o varejo nacional em campo positivo, reforçando que a atividade segue apresentando sinais de resiliência, ainda que de forma desigual entre os diferentes mercados do país.



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

SHOPPINGS RETOMAM O CRESCIMENTO, ENQUANTO RUAS PERDEM FÔLEGO APÓS O DIA DAS MÃES

As lojas de Shopping voltaram a apresentar resultado positivo em maio, encerrando o período com alta de **+1,4%**. O desempenho reforça o comportamento de alternância observado ao longo de 2026, com meses de crescimento (**+2,3% em janeiro** e **+2,3% em março**) intercalados por períodos de retração (**-1,9% em fevereiro** e **-2,3% em abril**). Durante a semana do Dia das Mães, entre os dias 04 e 10 de maio, o segmento registrou crescimento ainda mais expressivo, alcançando **+4,2%**.

As lojas de Rua, por sua vez, encerraram maio com retração de **-1,2%**, devolvendo parte da recuperação observada em abril. Entretanto, o canal também foi fortemente beneficiado pelo Dia das Mães, registrando alta de **+7,0%** na semana da data, desempenho superior ao observado nos Shopping Centers.

Os resultados sugerem que ambos os canais foram favorecidos pela principal data comercial do primeiro semestre. A diferença esteve na capacidade de



sustentar esse movimento ao longo das demais semanas do mês, cenário que favoreceu os Shopping Centers e permitiu a retomada do crescimento no período.

DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING EM ABRIL

-1,2%

LOJAS DE RUA

+1,4%

LOJAS DE SHOPPING

UM OLHO NO FUTEBOL, OUTRO NO VAREJO

O varejo entra no segundo semestre diante de um dos maiores eventos de mobilização social do planeta: o torneio internacional de futebol de 2026. O desafio será aproveitar as oportunidades geradas pelo aumento do interesse dos consumidores sem perder de vista um cenário econômico ainda desafiador, marcado por **Selic em 14,5% ao ano, endividamento das famílias em 80,9%** e condições de crédito mais restritivas.

Alguns fatores ajudam a entender como esse período pode impactar o setor. Historicamente, os dias de jogos da Seleção Brasileira provocam reduções significativas no fluxo das lojas físicas, variando entre **26% e 45%**, principalmente quando as partidas ocorrem durante o horário comercial (**Estudo do IICV SEED sobre a influência deste campeonato no varejo físico em 2018**). Em 2026, porém, os jogos da fase de grupos estão concentrados no período noturno (**19h e 21h30**), preservando boa parte da movimentação ao longo do dia e reduzindo impactos observados em edições anteriores.

Os efeitos também costumam variar entre os diferentes formatos de varejo. Enquanto os Shopping

Centers historicamente registram recuo médio de apenas **-0,9%** durante os períodos de jogos, as lojas de rua apresentam queda média de **-12,9%**, reflexo, em muitos casos, da redução ou interrupção do horário de funcionamento.

Do ponto de vista dos segmentos, categorias como **artigos esportivos** e **eletrônicos**, tradicionalmente apresentam crescimento nas semanas que antecedem o torneio, com avanços históricos entre **18% e 25%**. Para os demais setores, ações promocionais, campanhas temáticas e estratégias de engajamento podem representar oportunidades importantes para atrair consumidores em um ambiente de maior seletividade no consumo.

Mais do que uma interrupção da rotina, eventos dessa magnitude costumam gerar mudanças temporárias no comportamento do consumidor. **Para o varejo, compreender esses movimentos e adaptar suas estratégias poderá ser um diferencial importante para o desempenho da segunda metade do ano.**

	Fase de Grupos			Oitavas	Quartas	Final
	1º Jogo	2º Jogo	3º Jogo			
Jogos	Brasil x Suíça	Brasil x Costa Rica	Brasil x Sérvia	Brasil x México	Brasil x Bélgica	França x Croácia
2018	Quarta-feira, 17/06 às 15h	Sexta-Feira, 22/06 às 09h	Quarta-Feira, 27/06 às 15h	Segunda-Feira, 02/07, 11h	Sexta-Feira, 06/07 às 15h	Domingo, 15/07, às 12h
Variação do fluxo	-44,5%	-15,6%	-38,9%	-27,2%	-42,2%	-7,2%
Jogos	Brasil x Sérvia	Brasil x Suíça	Brasil x Camarões	Brasil x Coréia do Sul	Brasil x Croácia	Argentina x França
2022	Quinta-feira, 24/11 às 16h	Segunda-Feira, 28/11 às 13h	Sexta-Feira, 02/12 às 16h	Segunda-Feira, 05/12, às 16h	Sexta-Feira, 09/12 às 12h	Domingo, 18/12 às 12h
Variação do fluxo	-33,5%	-26,1%	-32,7%	-30,1%	-26,4%	-19,3%
Jogos	Brasil x Marrocos	Brasil x Haiti	Brasil x Escócia			
23026	Sábado, 13/06 às 19h	Sexta-Feira, 19/06 às 21h30	Quarta-Feira, 24/06 às 19h	A Definir	A Definir	Domingo, 19/07 às 15h
Variação do fluxo	?	?	?			?



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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