



IICV SEED 1º Trimestre 2026

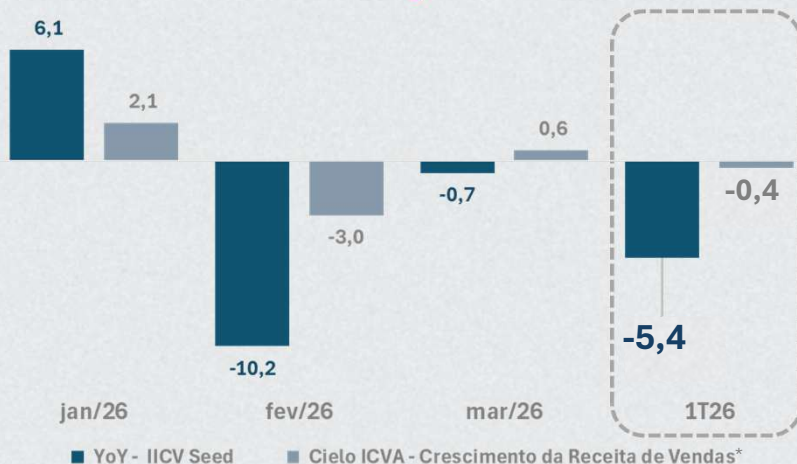
Índice de Intenção de Compra do Varejo – SEED

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 categoria, região e tipo de operação.

Período analisado: 2026

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



*Fonte: ICVA - Cielo

PANORAMA DO VAREJO FÍSICO: UM TRIMESTRE DE VOLATILIDADE E RECOMPOSIÇÃO

O IICV SEED encerrou o 1º trimestre de 2026 com retração de **-5,4% no acumulado anual (variação encadeada)**, refletindo um período marcado por forte oscilação no fluxo de consumidores. O trimestre iniciou com desempenho positivo em **janeiro (+6,1%)**, impulsionado por liquidações e recomposição de fluxo, seguido por uma queda expressiva em **fevereiro (-10,2%)**, impactada pelo calendário de Carnaval. **Março (-0,7%)** indicou uma recuperação parcial — ainda insuficiente para reverter o saldo negativo acumulado no período.

O resultado evidencia que, apesar da normalização da rotina após as festas, o varejo físico segue operando sob pressão. Dois vetores foram determinantes ao longo do trimestre: a Selic em patamar elevado (entre 14,75% e 15%),

sustentando um ambiente de crédito restritivo, e o cenário geopolítico instável, que ao pressionar combustíveis e fretes, atua como um **“imposto invisível”** sobre a renda disponível das famílias. Nesse contexto, o consumidor manteve comportamento mais **racional e seletivo**, priorizando compras com maior percepção de valor e respondendo de forma mais intensa a estímulos promocionais.

A análise mensal evidencia **fevereiro** como principal ponto de **inflexão negativa** do trimestre, com deterioração relevante frente ao mesmo período do ano anterior (-10,2% vs. +6,0%). Em contrapartida, janeiro (+6,1% vs. +4,6%) e março (-0,7% vs. -1,0%) apresentaram leve melhora relativa, **insuficiente**, no entanto, para compensar o impacto concentrado no mês intermediário.

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



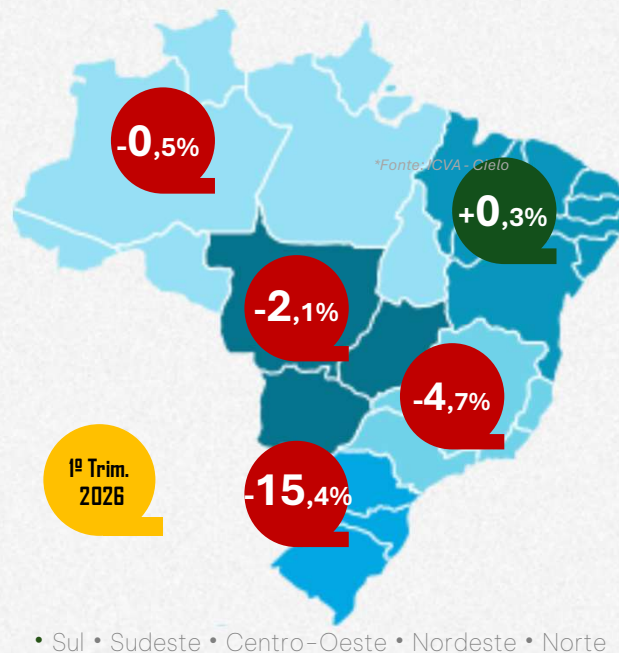
O efeito da sazonalidade do **Carnaval** foi particularmente relevante em 2026, com o desvio do fluxo do varejo para outras atividades. Em março, entretanto, o impacto foi menos pronunciado. Um dos fatores que podem ter contribuído para o melhor desempenho relativo de março de 2025, mês em que o Carnaval ocorreu no ano anterior, foi a presença de **cinco sábados**, dia tipicamente **mais forte para o varejo físico**. Adicionalmente, 2026 apresenta um ambiente mais volátil, com eventos relevantes no horizonte, como Copa do Mundo, eleições e tensões no setor de petróleo, fatores que ampliam a cautela do consumidor.

RAIO-X REGIONAL: RECUPERAÇÃO DESIGUAL E IMPACTOS PONTUAIS RELEVANTES

A análise regional do trimestre evidencia um Brasil em ritmos distintos. O **Nordeste (+0,3%)** foi a única região a registrar crescimento no período, sustentado por uma base de consumo mais resiliente e **menos exposta à volatilidade dos canais digitais**.

Em contrapartida, as demais regiões apresentaram retração no período, ainda que em magnitudes distintas. O **Sul (-15,4%)** registrou a queda mais acentuada do país, refletindo o **forte impacto negativo observado em fevereiro**, amplificado pela maior exposição ao varejo de rua. O **Sudeste (-4,7%)**, principal polo do varejo nacional, também apresentou desempenho negativo, pressionado pela **migração de tráfego para os canais digitais** e pelo **fortalecimento do evento Carnaval na região**. O **Centro-Oeste (-2,1%)** refletiu a acomodação nos preços das commodities agrícolas, que influenciam diretamente a renda disponível na região. Já o **Norte (-0,5%)** apresentou a menor retração entre as regiões negativas, mantendo **relativa estabilidade ao longo do trimestre**.

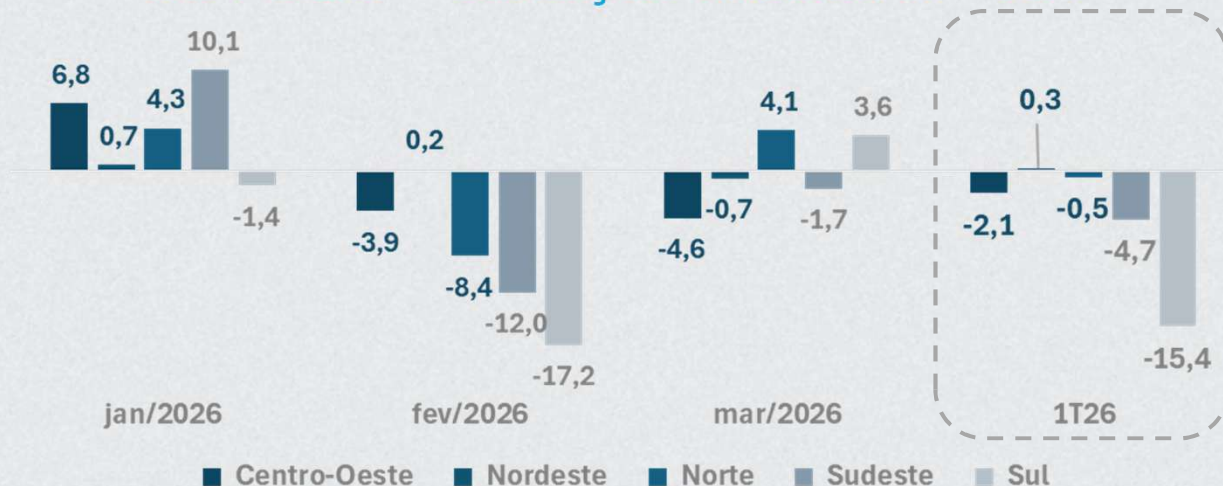
No caso do Sudeste, também as **fortes chuvas em Minas Gerais entre o final de fevereiro e março** intensificaram o movimento de retração, com impactos



operacionais e logísticos que afetaram diretamente o desempenho do varejo local. O episódio reforça como **fatores exógenos podem amplificar movimentos negativos** em períodos já sensíveis para o consumo.

O cenário regional, portanto, reforça uma **recuperação ainda desigual**, marcada por diferentes níveis de exposição a **fatores estruturais, sazonais e pontuais**. Enquanto algumas regiões demonstram maior resiliência relativa, outras seguem mais vulneráveis a **choques de curto prazo** e à **dinâmica do calendário comercial**.

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



FORMATOS DE VAREJO: COMPLEMENTARES E COM DIFERENTES RESPOSTAS AO CENÁRIO

O primeiro trimestre evidenciou dinâmicas distintas entre os formatos. O ambiente controlado e o perfil de visita orientado à conveniência conferiram aos shoppings maior estabilidade, enquanto o varejo de rua operou sob alta volatilidade — mais sensível ao calendário e à cautela do consumidor.

Janeiro favoreceu as lojas de rua (+7,3%), impulsionadas por liquidações e maior sensibilidade a preço. Em fevereiro, o efeito Carnaval derrubou o canal — queda de -11,8% — enquanto os shoppings resistiram melhor (-1,9%). Março confirmou a inversão: shoppings avançaram +2,3%, enquanto o varejo de rua ainda recuou -1,2%. No consolidado do trimestre, os shoppings encerraram o 1T26 em +2,6%, frente a uma retração de -6,5% das lojas de rua.

Esse comportamento reflete características estruturais distintas: enquanto o varejo de rua é mais dependente do fluxo orgânico e mais exposto à cautela do consumidor, os shopping centers se beneficiam de sua proposta de conveniência, lazer e experiência, além de maior capacidade de ativação comercial em momentos estratégicos, como durante o Dia do Consumidor.

DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING

-6,5%

LOJAS DE RUA

+2,6%

LOJAS DE SHOPPING

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



O resultado reforça que os formatos não competem diretamente — respondem de forma complementar às condições de mercado, assumindo protagonismo em diferentes momentos do ciclo. Para o varejo de rua, a volatilidade observada exige ativação comercial mais tática e um mix orientado a categorias essenciais. Para os shoppings, a resiliência do fluxo e o perfil mais qualificado do visitante sustentam a agenda de crescimento.



PERSPECTIVAS PARA O 2º TRIMESTRE: CALENDÁRIO FORTE E NOVOS VETORES DE CONSUMO

As perspectivas para o segundo trimestre são mais positivas, sustentadas por um **calendário altamente favorável ao consumo**. A concentração da **Páscoa no início de abril** tende a impulsionar categorias de bens não duráveis, enquanto datas relevantes como o **Dia das Mães (10/05)** e o **Dia dos Namorados (12/06)** figuram entre os principais drivers do varejo no semestre, estimulando segmentos como **moda, perfumaria e presentes**.

Além disso, o trimestre conta com **feriados estrategicamente posicionados**, como a **Sexta-feira Santa, Tiradentes, Dia do Trabalhador e Corpus Christi**, favorecendo a formação de **períodos prolongados**. Esse tipo de calendário tende a

impulsionar o **fluxo em centros comerciais** e operações ligadas a lazer, ao mesmo tempo em que pode gerar **deslocamentos de consumo para serviços e turismo**.

Outro fator relevante será o início da **Copa do Mundo FIFA 2026**, a partir de **11 de junho**. O evento historicamente gera aumento de demanda em categorias específicas, como **eletrônicos, artigos esportivos, alimentos e bebidas**, além de elevar o **engajamento do consumidor** e o fluxo em momentos pontuais.

Do ponto de vista macroeconômico, a **perspectiva de redução da taxa de juros** poderá contribuir para um cenário mais construtivo, ainda que com **efeitos graduais sobre o consumo**. Assim, o segundo trimestre se configura como um período de **maior ativação comercial**, com potencial de **recuperação mais consistente**, sustentado pela combinação entre **calendário favorável, eventos sazonais e melhora progressiva das condições econômicas**.



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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