



IICV SEED 2ºTri / 1ºSem 2026

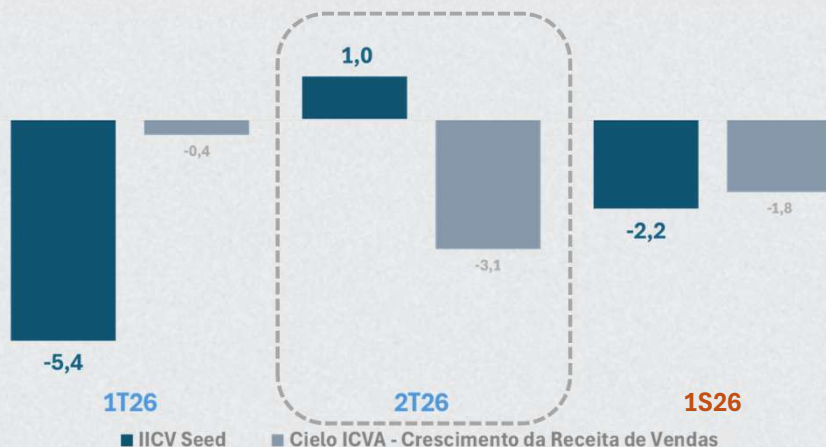
Índice de Intenção de Compra do Varejo – SEED

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 e Cielo ICVA – Variação Trimestral YoY (2026)



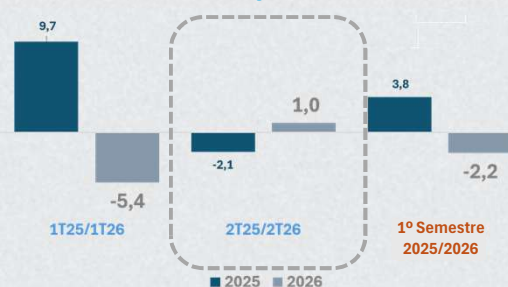
REAÇÃO DO VAREJO NO 2º TRIMESTRE ATENUA QUEDA SEMESTRAL PARA -2,2% YOY

Em um cenário diferente do observado no ano passado, o varejo encerrou o **segundo trimestre com crescimento de +1,0%**, recuperando parte das perdas registradas no início do ano, quando o **primeiro trimestre encerrou com retração de -5,4%**. Com essa reversão parcial, o primeiro semestre termina com variação **acumulada de -2,2%**.

A evolução mensal evidencia a recuperação observada ao longo do segundo trimestre. Após um **início de ano aquecido**, com alta de **+6,1% em janeiro**, o varejo enfrentou seu momento mais **crítico em fevereiro, recuando -10,2%**. A partir de março, com uma **leve queda de -0,7%**, o setor começou a sinalizar estabilização, pavimentando o caminho para a **recuperação** no trimestre seguinte. Esse fôlego renovado ganhou força com os resultados positivos de **abril (+4,1%)** e **maio (+0,4%)**, sustentando a melhora do período.

A sequência de altas foi **interrompida em junho**, que registrou **recuo de -1,4%**. O resultado, no entanto, reflete um contexto específico, influenciado pelos impactos do Torneio Mundial, que reduziu de forma relevante o fluxo de consumidores nas lojas em diversos momentos do mês. Ainda assim, o desempenho do segundo trimestre reforça a **recuperação observada** após o início mais desafiador do ano e evidencia uma melhora na dinâmica do varejo ao longo do período.

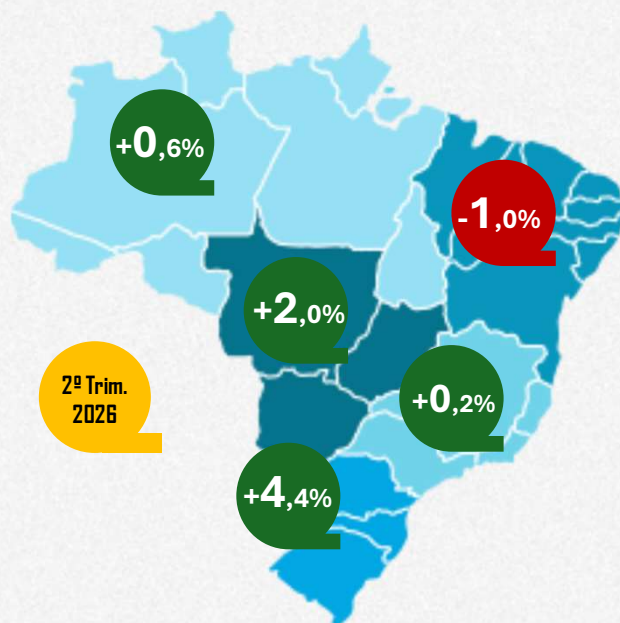
IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



DESEMPENHO REGIONAL: 4 DAS 5 REGIÕES CRESCEM NO 2º TRIMESTRE DE 2026

Quando analisamos o desempenho regional, no **2T26**, 4 das 5 regiões cresceram (**Centro-Oeste +2,0%**, **Norte +0,6%**, **Sudeste +0,2%** e **Sul com forte alta de +4,4%**). O **Nordeste** foi a única exceção (**-1,0%**). Apesar da melhora generalizada entre os meses de abril e junho, o avanço ainda foi insuficiente para reverter o **saldo acumulado do semestre** na maior parte do país, embora tenha **reduzido significativamente** as perdas registradas no início do ano.

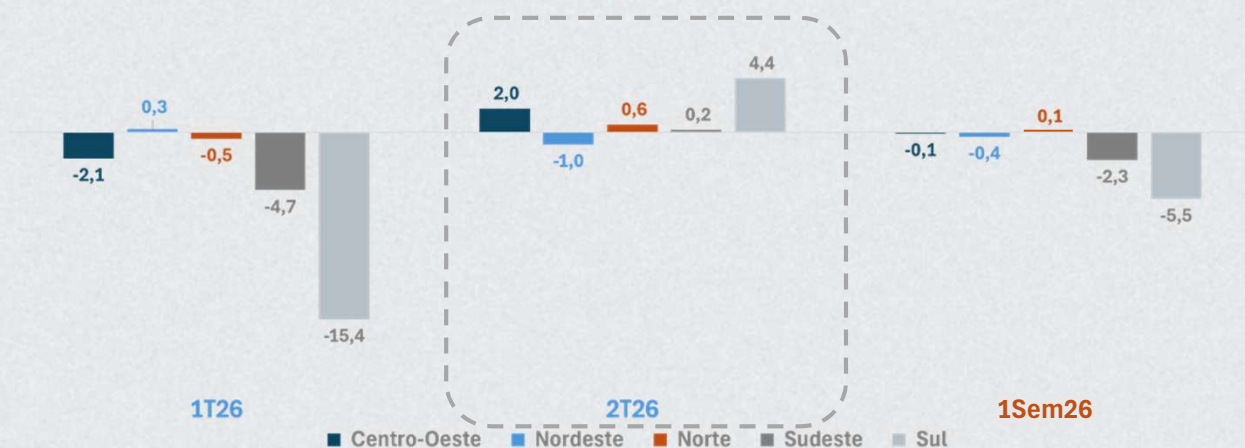
No fechamento do Primeiro Semestre, apenas a região **Norte** sustentou um resultado positivo, ainda que discreto, com **alta de +0,1%**. O **Centro-Oeste** também teve um desempenho animador ao praticamente anular o déficit inicial, encerrando o período com variação quase neutra de **-0,1%**. Já o **Sudeste (-2,3%)** e o **Sul (-5,5%)** conseguiram enxugar parte expressiva de suas retrações graças ao bom ritmo do segundo trimestre.



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

Em uma trajetória distinta, o **Nordeste**, que havia iniciado o ano no azul, não conseguiu manter a tração dos primeiros meses e encerrou o semestre com um leve recuo de **-0,4%**.

IICV SEED – Variação Trimestral – YoY



DESEMPENHO POR CANAIS: LOJAS DE RUA E SHOPPINGS INVERTEM TENDÊNCIAS NO 2º TRI

Diferentemente do cenário observado no primeiro trimestre, os canais de venda inverteram seus desempenhos entre abril e junho. As **Lojas de Rua** encerraram o segundo trimestre com crescimento de **+0,9%**, enquanto as **Lojas de Shopping** registraram queda de **-1,0%**, evidenciando uma clara mudança de ritmo entre os dois formatos de operação.

Nas **Lojas de Rua**, a **recuperação** ganhou tração após o expressivo **recuo de fevereiro**, período fortemente impactado pelo **Carnaval**. O canal apresentou uma alta

vigorosa de **+5,4%** em **abril**, compensando parte das perdas acumuladas, o que ajudou a absorver as variações negativas mais moderadas registradas em **maio (-1,2%)** e **junho (-1,4%)**.

Por outro lado, as **Lojas de Shopping** mantiveram a **alternância de resultados** que vem marcando o canal desde o início do ano. Após uma queda de **-2,3%** em **abril**, o formato até reagiu em **maio (+1,4%)**, mas voltou a recuar em **junho (-2,0%)**, fechando o trimestre no **vermelho**.

DESEMPENHO: RUAS E SHOPPING – 2T26

+0,9%

LOJAS DE RUA

-1,0%

LOJAS DE SHOPPING

Apesar dessa inversão no segundo trimestre, o saldo acumulado do **semestre** ainda favorece os shoppings, que sustentam uma **alta de +0,8%**. Já as **Lojas de Rua** encerram a primeira metade do ano com variação de **-2,8%**, reflexo direto do impacto mais intenso sofrido nos meses iniciais.

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



2º SEMESTRE: POLÍTICA, REGULAÇÃO E VENDAS

No **campo regulatório**, a incerteza ainda dita o tom. A proposta de **mudança na escala** de trabalho avançou na Câmara, mas aguarda o Senado, enquanto a transição da **Reforma Tributária** segue pressionando os custos empresariais.

Diante desse cenário, e independentemente dos desdobramentos em Brasília, a busca por produtividade, automação e eficiência operacional continuam sendo pilares inegociáveis para proteger margens e rentabilidade.

Também no segundo semestre, a atenção se volta para a intersecção entre a agenda política e a comercial.

Se o **período eleitoral** costuma trazer **volatilidade na confiança do consumidor** e maior cautela nas compras, o encerramento do pleito, que deve acontecer no final de Outubro/26, conecta-se diretamente à **fase mais decisiva do ano: a maratona de Black Friday e Natal**.

Essa transição sem pausas exigirá do varejo precisão cirúrgica no planejamento, na gestão de estoques e na execução.

O grande aprendizado é claro: em um ambiente de mudanças constantes, a capacidade de **compreender o comportamento do consumidor, ajustar estratégias e transformar dados em decisões** continuará sendo o fator determinante para o sucesso do varejo.



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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