



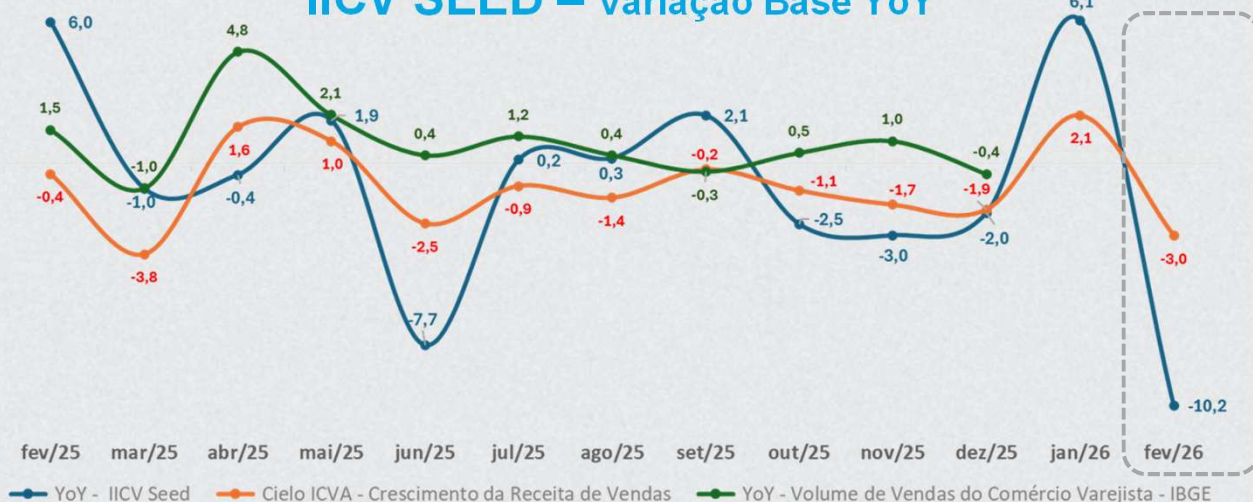
IICV SEED Fevereiro 2026

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



QUEDA NO IICV SEED DE FEVEREIRO, MAS É POSSÍVEL EXPLICAR....

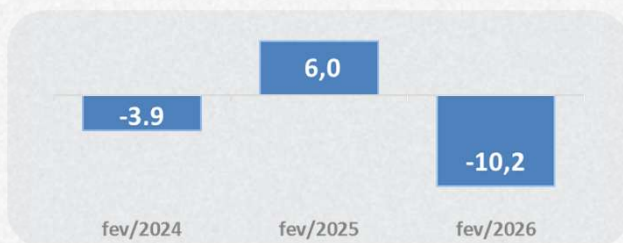
O IICV SEED de fevereiro de 2026 apontou retração em um mês marcado pelo Carnaval.

O resultado já era esperado pelo setor, devido ao impacto que o evento provoca no comportamento de consumo. Nesse período, parte dos consumidores redireciona seu tempo para o evento e atividades relacionadas à festa, enquanto outros optam por viajar.

Outro ponto relevante para a análise é o fato de não estarmos falando de períodos diretamente comparáveis, uma vez que o Carnaval muda de mês de realização, alternando entre fevereiro e março a cada ano. Assim, parte da retração observada em fevereiro de 2026 também reflete uma base mais elevada no ano anterior.

O Carnaval é um evento forte e bastante relevante para o varejo físico e interfere significativamente nas análises do período. Além disso, o posicionamento da data em relação ao calendário de pagamentos pode reduzir ou ampliar o impacto negativo no consumo.

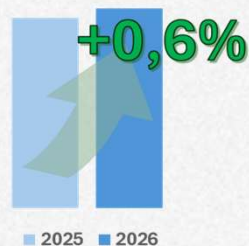
Veja os resultados dos últimos três anos:



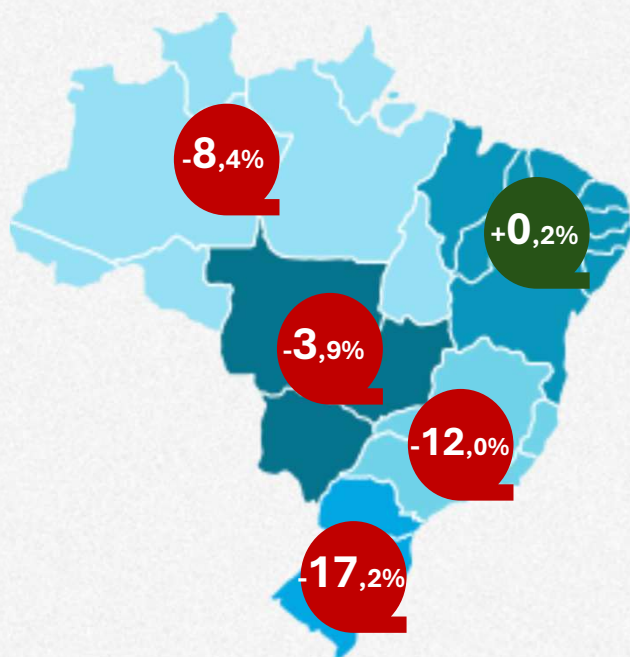
Ao comparar as semanas de Carnaval de 2026 (13 a 18/02) com o período equivalente do Carnaval de 2025 (28/02 a 05/03), observa-se uma leve alta de **+0,6%**.

É importante considerar que, em 2025, o Carnaval coincidiu com o final do mês — tradicionalmente um período de menor consumo no varejo. Já em 2026, a festividade ocorreu pouco depois do período de pagamento, o que contribuiu para reduzir parcialmente o impacto negativo sobre o consumo.

%YoY - Carnaval



QUEDA DO VAREJO EM FEVEREIRO ATINGE TODO O PAÍS, COM EXCEÇÃO DO NORDESTE



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

A análise regional do IICV SEED de fevereiro de 2026 mostra que a retração do varejo ocorreu de forma relativamente generalizada no país, refletindo o impacto do período de Carnaval sobre o consumo em lojas físicas.

A região **Sul** apresentou a maior queda no período, com retração de **-17,2%**, seguida pelo **Sudeste**, que registrou **-12,0%**. Já a região **Norte** apresentou recuo de **-8,4%**, enquanto o **Centro-Oeste** registrou queda mais moderada, de **-3,9%**.

Na contramão do movimento nacional, o **Nordeste** foi a única região a apresentar variação positiva, com leve alta de **+0,2%** no período analisado.

O comportamento regional reflete, em grande parte, os efeitos do calendário e das características econômicas locais durante o Carnaval. Enquanto parte do consumo nas regiões Sul e Sudeste tende a ser deslocada para viagens e atividades de lazer fora dos centros comerciais, regiões com forte tradição carnavalesca e grande fluxo turístico, como o Nordeste, podem manter maior dinamismo.

SHOPPINGS MOSTRAM MAIOR RESILIÊNCIA DO QUE LOJAS DE RUA NO CARNAVAL

A análise por modelo de operação, mostra comportamentos distintos no varejo durante fevereiro. As **lojas de rua registraram queda de -11,8%**, enquanto os **shopping centers apresentaram retração mais moderada, de -1,9%** na comparação anual.

Tais resultados ficam justificados pelo modelo de festividade que é o Carnaval. Trata-se de uma ação que acontece nas ruas, em pontos de encontro conhecidos e normalmente em áreas de comércio.

Já os **shopping centers tendem a apresentar maior resiliência**, sustentados por sua característica de polo de lazer, alimentação e entretenimento, o que contribui para amortecer parte da queda no consumo.



DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING

-11,8%

LOJAS DE RUA

-1,9%

LOJAS DE SHOPPING

AGORA TERMINOU O CARNAVAL, VAMOS NOS PREPARAR PARA MARÇO...

O mês de março consolidou-se como um período de **ativação de demanda**; ancorado por duas datas que, embora tenham raízes históricas profundas, tornaram-se pilares do calendário comercial.

Dia Internacional da Mulher (08/03)

Originado no início do século XX como um marco da luta por igualdade e direitos trabalhistas, a data transcendeu o aspecto social para se tornar um **driver de consumo** em categorias específicas. Setores como moda, beleza e perfumaria encontram aqui uma oportunidade de elevar o **ticket médio** e o volume de vendas, servindo como um contraponto necessário ao desaquecimento natural que ocorre após as festas de final de ano.

Dia do Consumidor (15/03)

Instituída na década de 60 por John F. Kennedy para ratificar os direitos dos clientes, a data ganhou musculatura no Brasil na última década. Hoje, o mercado opera a "Semana do Consumidor", que funciona como uma **"Black Friday do primeiro semestre"**. É um momento focado em **giro de estoque** e agressividade promocional, atraindo o consumidor que aguardava oportunidades de preço após os gastos fixos de janeiro.

Análise de Mercado

No cenário brasileiro, essas datas cumprem o papel de reaquecer o **consumo discricionário**. Elas neutralizam o impacto do Carnaval e da reorganização do orçamento familiar (IPVA, IPTU e gastos escolares), **devolvendo tração e liquidez** ao setor varejista antes do encerramento do primeiro trimestre.



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER
ANALÓGICO

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