



# Cielo ICVA



Análise do mês  
**Março de 2025**



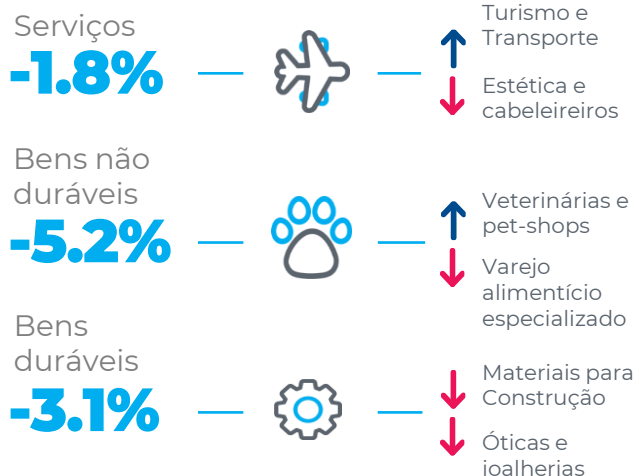
# Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/03/25 – 31/03/25

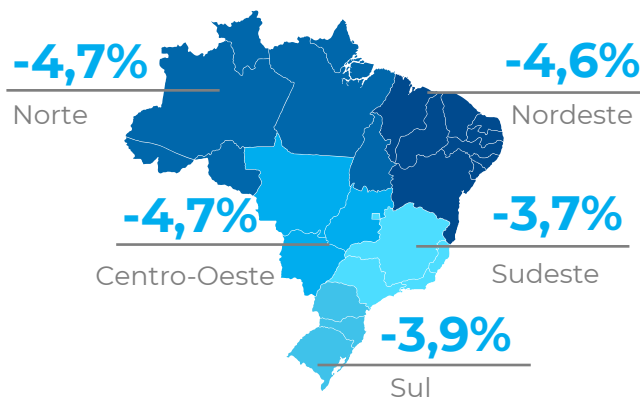


## Macrossetores

Crescimento na passagem anual:



## Desempenho deflacionado do varejo por regiões



”

Este ano, a Páscoa será realizada em abril, diferente do ano passado, quando caiu em março. Esse cenário influencia o resultado do setor de Varejo Alimentício Especializado, que inclui chocolaterias e bombonieres. O segmento foi o principal responsável pelo resultado negativo do macrossetor de Bens não duráveis e do índice geral. A diferença de calendário, tanto no caso do Carnaval como da Páscoa, causou um desbalanço na comparação entre os meses de março de 2024 e 2025.



”

Para mais  
informações:

[icva@cielo.com.br](mailto:icva@cielo.com.br)

<https://www.cielo.com.br/inteligencia-de-dados/>

Assessoria de Imprensa | [comunicacaocorporativa@cielo.com.br](mailto:comunicacaocorporativa@cielo.com.br)

## Vendas no Varejo caem 4,0% em março

*É o quarto mês seguido de retração. Resultado do macrossetor de Bens Não Duráveis (-5,2%) foi o principal responsável pela queda*

(Barueri – 08/04/2025) – As vendas no Varejo em março de 2025 caíram 4,0%, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2024. Foi o quarto mês seguido de queda no comércio brasileiro. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, houve crescimento de 2,4%.

Os três macrossetores do Varejo registraram retração: Bens Não Duráveis (-5,2%), Bens Duráveis e Semiduráveis (-3,1%) e Serviços (-1,8%). No caso de Bens Não Duráveis, o segmento de Varejo Alimentício Especializado foi o principal responsável por puxar o resultado para baixo. Em Bens Duráveis, Óticas e Joalherias registrou a maior queda, enquanto Estética e Cabeleireiros foi o segmento de Serviços com maior variação negativa.

De acordo com Carlos Alves, vice-presidente de Tecnologia e Negócios da Cielo, o mês de março foi atípico para o Varejo, principalmente por causa de efeitos de calendário. “Este ano, a Páscoa será realizada em abril, diferente do ano passado, quando caiu em março. Esse cenário influencia o resultado do setor de Varejo Alimentício Especializado, que inclui chocolaterias e bombonieres. O segmento foi o principal responsável pelo resultado negativo do macrossetor de Bens não duráveis e do índice geral”, afirma o executivo.

Outra data influenciou o resultado em março: o Carnaval. Por se tratar de um feriado prolongado em que, usualmente, a movimentação do comércio diminui, sua realização em março também afetou o Varejo. Em 2024, o Carnaval caiu em fevereiro. “A diferença de calendário, tanto no caso do Carnaval como da Páscoa, causou um desbalanço na comparação entre os meses de março de 2024 e 2025”, diz Alves.

## E-COMMERCE E VENDAS PRESENCIAIS

Em março, o e-commerce cresceu 3,5% em termos nominais. As vendas presenciais subiram 2,1% em termos nominais em relação ao mesmo mês de 2024.

## INFLAÇÃO

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15), prévia do IPCA divulgada pelo IBGE, registrou alta de 0,64% para o mês de março. O principal impacto de alta vem dos grupos de alimentação e transportes.

Ao ponderar o IPCA e o IPCA-15 pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em março foi de 6,6%.

## REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, os resultados de cada região em relação a março de 2024 foram: Sudeste (1,6%), Nordeste (1,1%), Sul (0,7%), Centro-Oeste (-0,4%) e Norte (-0,9%).

Pelo ICVA nominal – que não considera o desconto da inflação – e com ajuste de calendário, os resultados de cada região foram: Sudeste (8,3%), Sul (7,9%), Nordeste (7,1%), Centro Oeste (6,9%), Norte (6,1%).

## SOBRE O ICVA

O Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) acompanha mensalmente a evolução do varejo brasileiro, de acordo com as vendas realizadas em 18 setores mapeados pela Cielo, desde pequenos lojistas a grandes varejistas. O peso de cada setor no resultado geral do indicador é definido pelo seu desempenho no mês.

O ICVA foi desenvolvido pela área de Business Analytics da Cielo com o objetivo de oferecer mensalmente uma fotografia do comércio varejista do país a partir de informações reais.

## COMO É CALCULADO

A unidade de Business Analytics da Cielo desenvolveu modelos matemáticos e estatísticos que foram aplicados à base da companhia com o objetivo de isolar os efeitos do comportamento competitivo do mercado de credenciamento - como a variação de market share - e os da substituição de cheque e dinheiro no consumo. Dessa forma, o indicador não reflete somente a atividade do comércio pelo movimento com cartões, mas, sim, a real dinâmica de consumo no ponto de venda.

Esse índice não é de forma alguma a prévia dos resultados da Cielo, que é impactado por uma série de outras alavancas, tanto de receitas quanto de custos e despesas.

## ENTENDA O ÍNDICE

**ICVA Nominal** – Indica o crescimento da receita nominal de vendas no varejo ampliado do período, comparando com o mesmo período do ano anterior. Reflete o que o varejista de fato observa nas suas vendas.

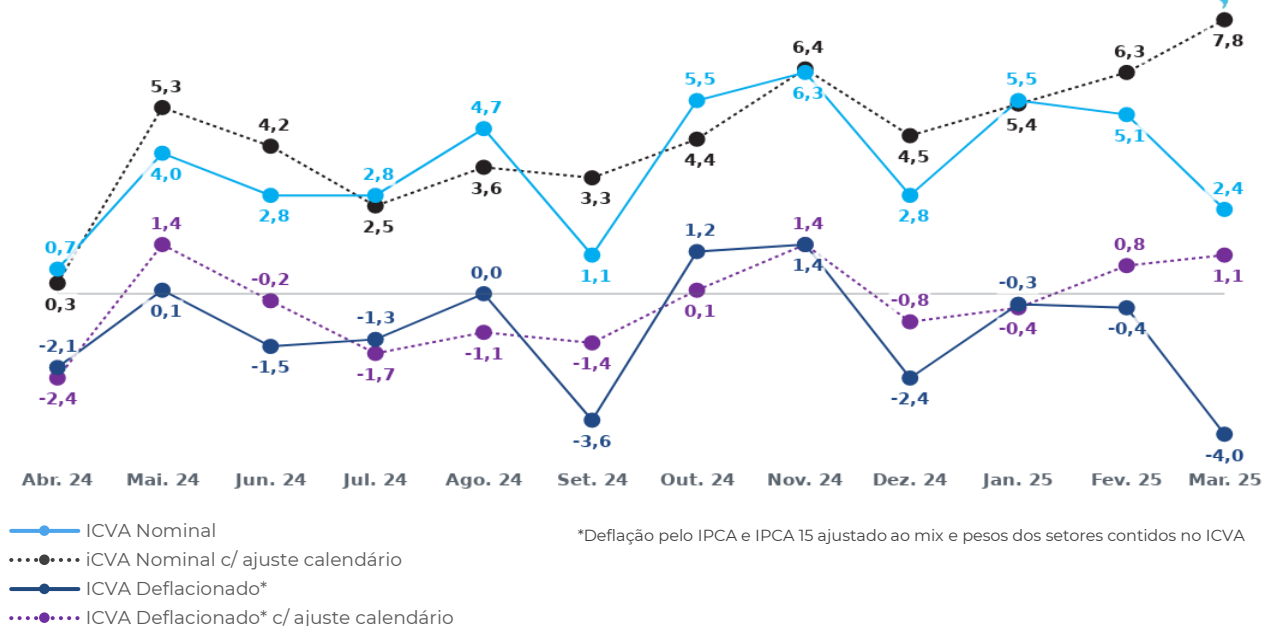
**ICVA Deflacionado** – ICVA Nominal descontado da inflação. Para isso, é utilizado um deflator que é calculado a partir do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, ajustado ao mix e pesos dos setores contidos no ICVA. Reflete o crescimento real do varejo, sem a contribuição do aumento de preços.

**ICVA Nominal/Deflacionado com ajuste calendário** – ICVA sem os efeitos de calendário que impactam determinado mês/período, quando comparado com o mesmo mês/período do ano anterior. Reflete como está o ritmo do crescimento, permitindo observar acelerações e desacelerações do índice.

**ICVA E-commerce** - Indicador do crescimento da receita nominal no canal de vendas online do varejo do período em comparação com o período equivalente do ano anterior.

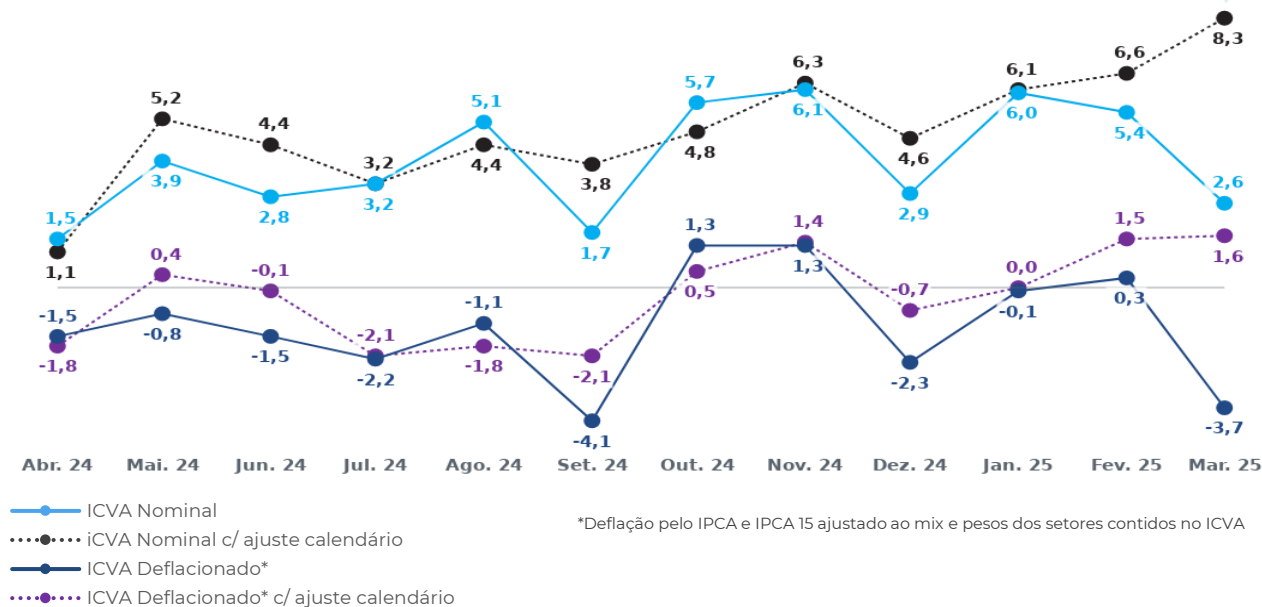
## Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



## Crescimento da Receita de Vendas na região Sudeste

Ano contra ano



Para mais  
informações:

[icva@cielo.com.br](mailto:icva@cielo.com.br)

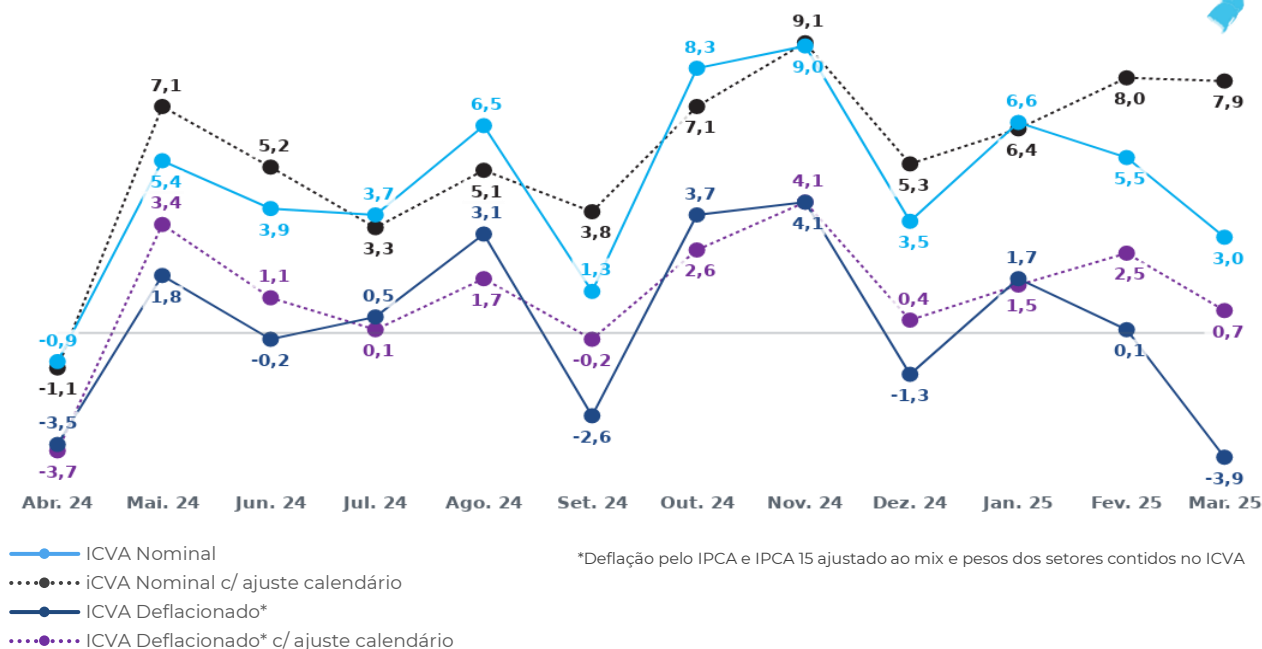
<https://www.cielo.com.br/inteligencia-de-dados/>

Assessoria de Imprensa | [comunicacaocorporativa@cielo.com.br](mailto:comunicacaocorporativa@cielo.com.br)



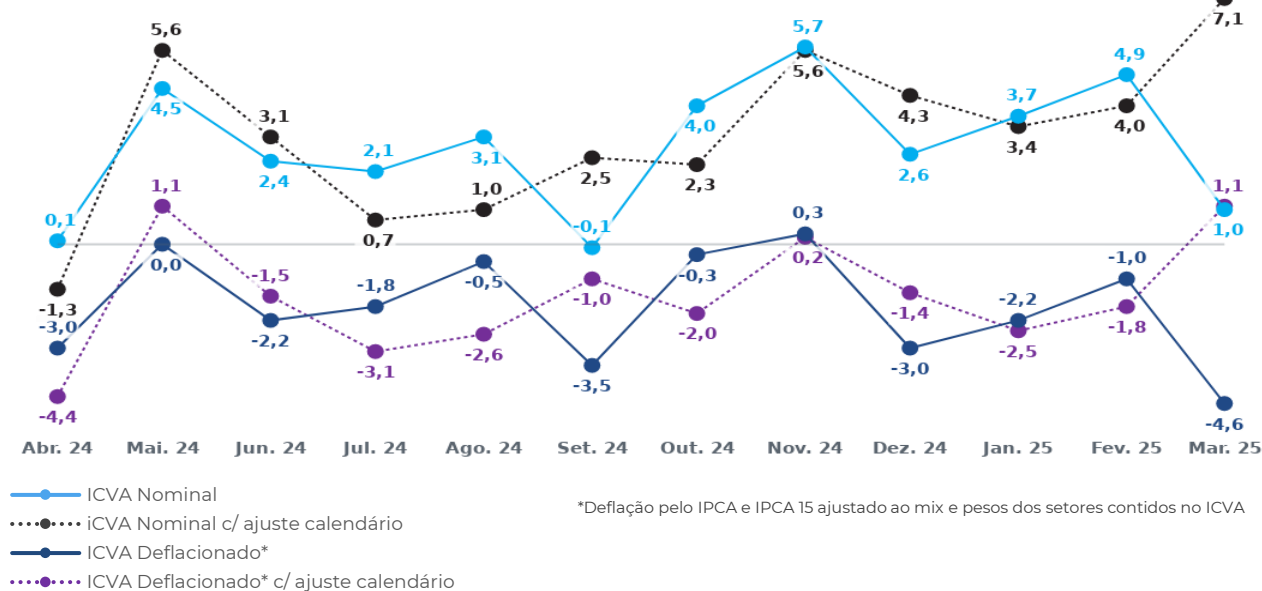
## Crescimento da Receita de Vendas na região Sul

Ano contra ano



## Crescimento da Receita de Vendas na região Nordeste

Ano contra ano



Para mais  
informações:

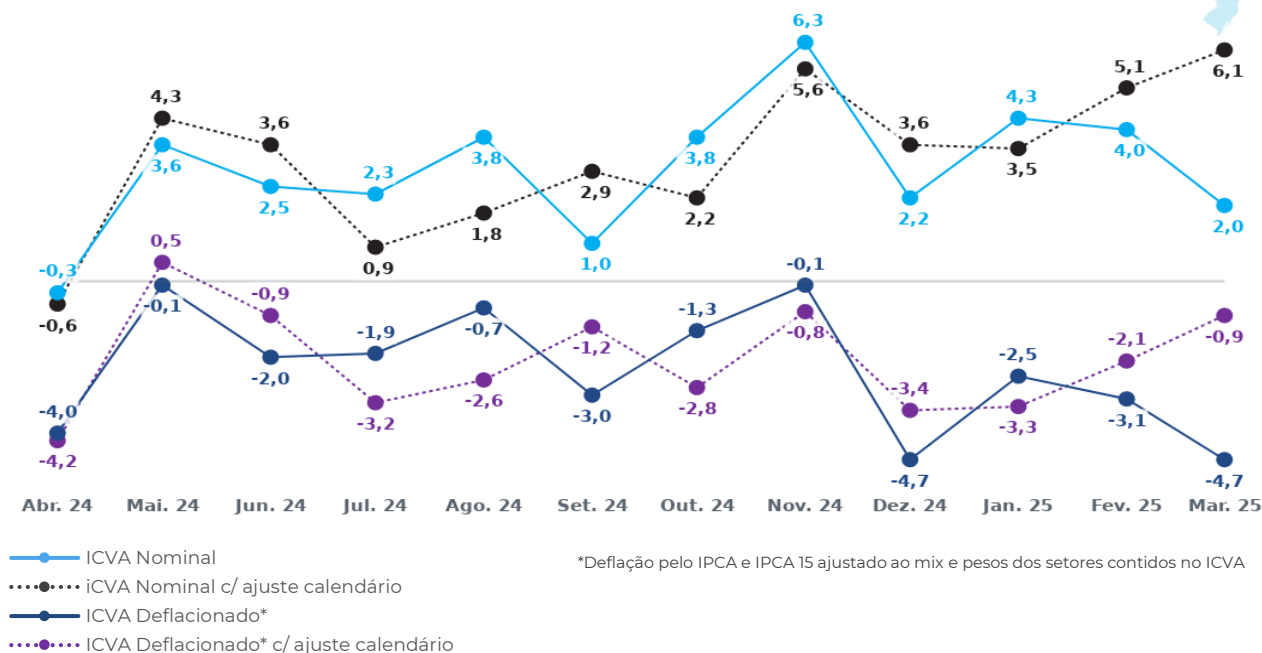
[icva@cielo.com.br](mailto:icva@cielo.com.br)

<https://www.cielo.com.br/inteligencia-de-dados/>

Assessoria de Imprensa | [comunicacaocorporativa@cielo.com.br](mailto:comunicacaocorporativa@cielo.com.br)

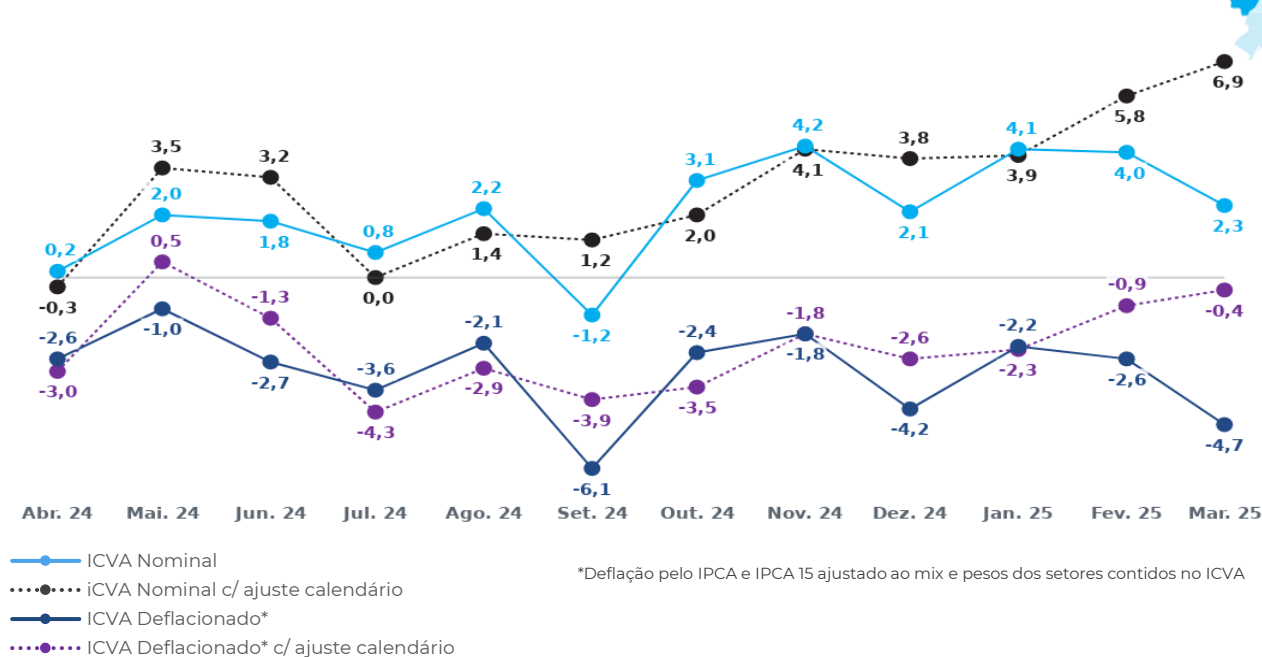
## Crescimento da Receita de Vendas na região Norte

Ano contra ano



## Crescimento da Receita de Vendas na região Centro-Oeste

Ano contra ano



Para mais  
informações:

[icva@cielo.com.br](mailto:icva@cielo.com.br)

<https://www.cielo.com.br/inteligencia-de-dados/>

Assessoria de Imprensa | [comunicacaocorporativa@cielo.com.br](mailto:comunicacaocorporativa@cielo.com.br)



The logo for Cielo, featuring the word "cielo" in a white, lowercase, sans-serif font. The dot above the "i" and the right-hand curve of the "o" are highlighted in a vibrant blue color.

Juntos pelo seu negócio