



Cielo ICVA



Análise do mês
Fevereiro de 2026

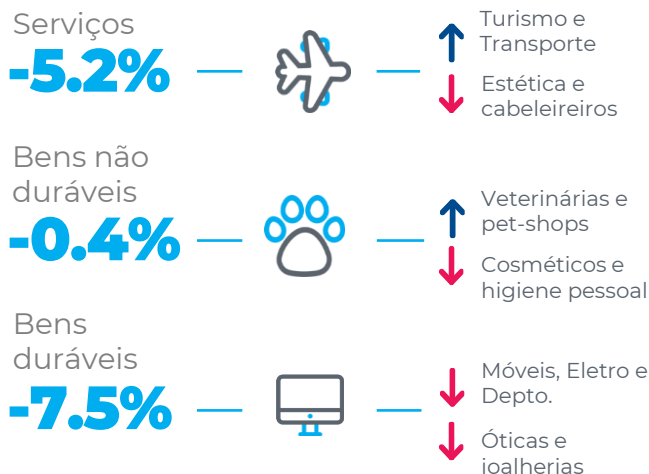
Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/02/26 – 28/02/26

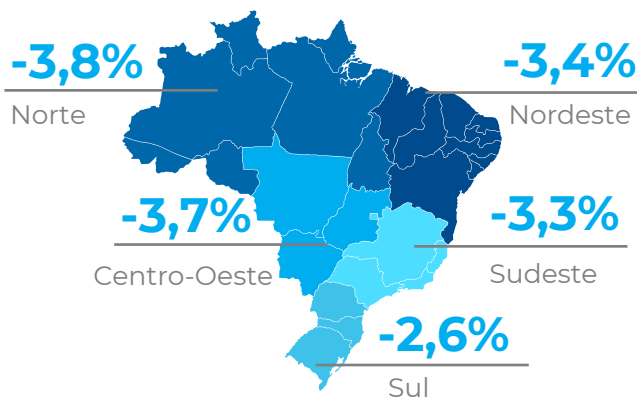


Macrossetores

Crescimento na passagem anual:



Desempenho deflacionado do varejo por regiões



”

“Fevereiro manteve o varejo sob pressão, com retração real e crescimento nominal fraco diante de uma inflação mais elevada. O consumo seguiu concentrado em itens essenciais, enquanto bens duráveis sentiram o impacto de um mês mais curto e marcado pelo Carnaval”, afirma Carlos Alves, vice-presidente de Negócios da Cielo. “O varejo físico ajudou a amenizar o resultado, e Turismo e Transporte se destacaram pelo aumento da mobilidade no período. O cenário segue desafiador para o mercado de consumo brasileiro.”



”

Para mais informações:

icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

Varejo recua 3,0% em fevereiro e mantém início de ano fraco

Inflação mais alta e despesas sazonais pressionam consumo; turismo e transporte se destacam com efeito do Carnaval

(Barueri – 09/03/2025) – O faturamento do varejo brasileiro apresentou queda de 3,0% em fevereiro, descontada a inflação e sem ajuste de calendário, segundo o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). O resultado mostra que o consumo no início de 2026 segue pressionado, refletindo o impacto da inflação mais elevada e de despesas sazonais típicas do começo do ano. Mesmo com crescimento no varejo físico, o desempenho geral foi afetado pela queda nas vendas online e pela retração em segmentos ligados ao consumo discricionário.

O varejo físico registrou alta nominal de 0,8%, ajudando a amenizar o resultado geral, enquanto o e-commerce apresentou queda de 0,9% na comparação anual. Foi o segundo mês seguido de retração.

O início do ano segue marcado por um consumidor mais cauteloso, com maior parte do orçamento direcionada a despesas obrigatórias. Reajustes de mensalidades escolares e aumento nos preços de passagens aéreas e combustíveis reduziram o espaço para compras de maior valor agregado.

Esse cenário afetou principalmente os segmentos de bens duráveis e semiduráveis, que dependem mais do consumo discricionário e do tíquete médio mais elevado.

Além disso, fevereiro é um mês mais curto e contou com o período de Carnaval, o que tende a deslocar parte do consumo para serviços e atividades ligadas ao turismo.

“Fevereiro manteve o varejo sob pressão, com retração real e crescimento nominal fraco diante de uma inflação mais elevada. O consumo seguiu concentrado em itens essenciais, enquanto bens duráveis sentiram o impacto de um mês mais curto e marcado pelo Carnaval”, afirma Carlos Alves, vice-presidente de Negócios da Cielo. “O varejo físico ajudou a amenizar o resultado, e Turismo e Transporte se destacaram pelo aumento da mobilidade no período. O cenário segue desafiador para o mercado de consumo brasileiro.”

CARNAVAL IMPULSIONA TURISMO E TRANSPORTE

O período festivo contribuiu para o avanço de segmentos ligados à mobilidade e viagens. O setor de Turismo e Transporte foi destaque positivo, impulsionado principalmente pelo aumento na demanda por passagens aéreas.

O movimento também pode ter beneficiado o varejo físico em setores de consumo cotidiano, como supermercados, drogarias e farmácias, que costumam registrar maior fluxo durante períodos festivos e de deslocamento.

Por outro lado, setores ligados a consumo mais planejado ou de maior valor — como Materiais de Construção, Óticas e Joalherias — registraram retração, contribuindo para o resultado negativo do mês.

INFLAÇÃO

O IPCA-15 registrou alta de 0,84% em fevereiro, avanço de 0,6 ponto percentual em relação a janeiro e o maior aumento para o mês desde fevereiro de 2025. No acumulado de 12 meses, a inflação atingiu 4,10%.

Entre os grupos que mais pressionaram o índice, Educação teve alta de 5,20%, refletindo os reajustes de mensalidades escolares. O grupo Transportes avançou 1,72%, com destaque para a forte alta das passagens aéreas (11,64%) e para o aumento de 1,38% nos combustíveis. Também houve aumento em Saúde e cuidados pessoais (0,67%), influenciado principalmente pelos produtos de higiene pessoal e pelos planos de saúde. O único grupo com queda no período foi Vestuário (-0,42%).

MACROSETORES E REGIÕES

Descontada a inflação, todos os macrossetores apresentaram retração em fevereiro. O setor de Serviços registrou queda de 5,2%, com destaque positivo para Turismo e Transporte, enquanto Estética e Cabeleireiros tiveram desempenho negativo. O macrossetor de Bens Não Duráveis caiu 0,4%, com crescimento em veterinárias e pet shops, mas retração em cosméticos e higiene pessoal. Já Bens Duráveis e Semiduráveis tiveram a maior queda, de 7,5%, pressionados principalmente pelos setores de Óticas e Joalherias e Materiais para Construção.

Todas as regiões do país também registraram retração nas vendas em termos reais. Considerando o ICVA deflacionado com ajuste de calendário, os resultados foram:

- Norte: -5,4%
- Nordeste: -3,7%
- Sul: -4,3%
- Sudeste: -4,5%
- Centro-Oeste: -5,0%

DESEMPENHO POR ESTADO

No recorte estadual do ICVA deflacionado sem ajuste de calendário, poucos estados conseguiram registrar crescimento real do varejo em fevereiro. O destaque positivo foi o Amapá, com alta de 1,04%, seguido por Alagoas, que avançou 0,48%. Já Minas Gerais, apesar de aparecer entre os melhores desempenhos relativos do mês, apresentou leve retração de 0,89%, indicando que mesmo nos mercados mais resilientes, o consumo seguiu pressionado.

Na outra ponta, alguns estados registraram quedas mais intensas no período. Sergipe teve retração de 5,23%, enquanto Pernambuco apresentou queda de 5,33%. Esses resultados refletem um cenário de consumo mais fraco, especialmente em segmentos ligados a bens duráveis e compras discricionárias, que tendem a ser mais sensíveis à perda de poder de compra das famílias.

O recuo mais acentuado foi observado no Piauí, onde o varejo caiu 6,39% em termos reais. O desempenho reforça o quadro de início de ano mais desafiador para o comércio, marcado por inflação mais elevada e pela priorização de gastos essenciais pelos consumidores, fatores que limitaram a expansão das vendas em diversas regiões do país.

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 aplicados à base da companhia com o objetivo de isolar os efeitos do mercado de credenciamento — como variação de market share, substituição de cheque e dinheiro no consumo, bem como o surgimento do Pix. 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, prévia de resultados da Cielo, que são impactados 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, comparado ao mesmo período do ano anterior. Reflete o que o varejista de fato observa nas suas vendas.

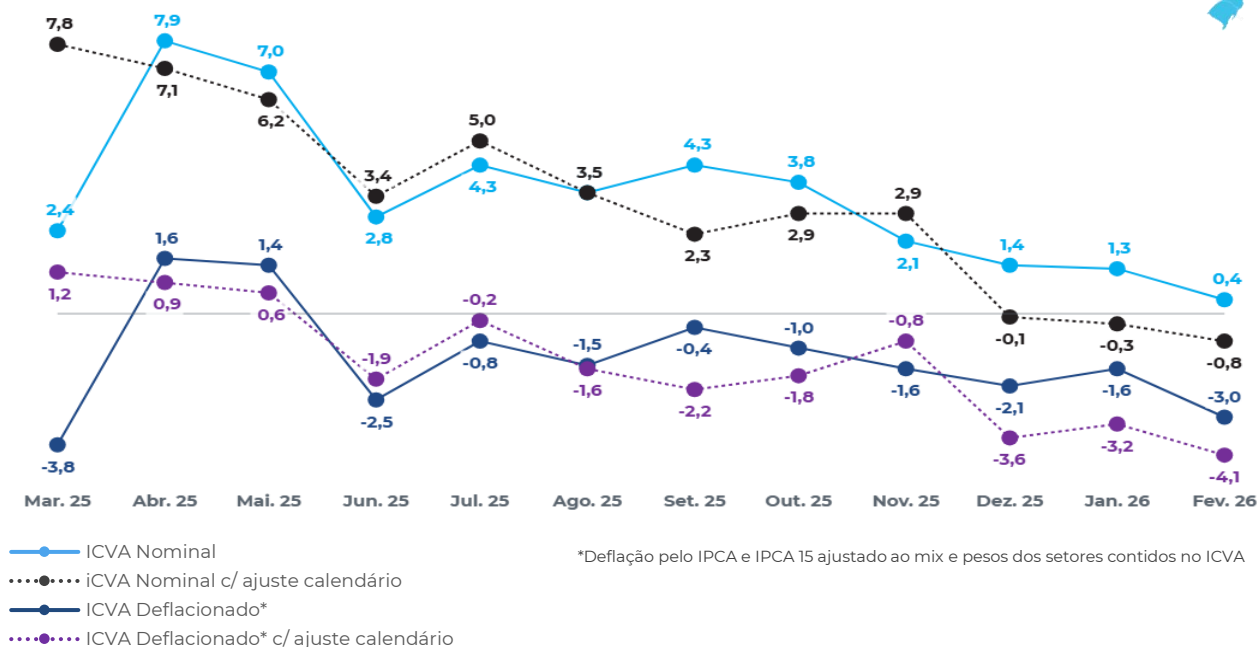
ICVA Deflacionado – ICVA Nominal descontado da inflação. Para isso, é utilizado um deflator calculado a partir do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, ajustado ao mix e aos pesos dos setores contidos no ICVA. Reflete o crescimento real do Varejo, sem a contribuição do aumento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

ICVA Nominal/Deflacionado com ajuste de 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, no período em comparação com o período equivalente do ano anterior.

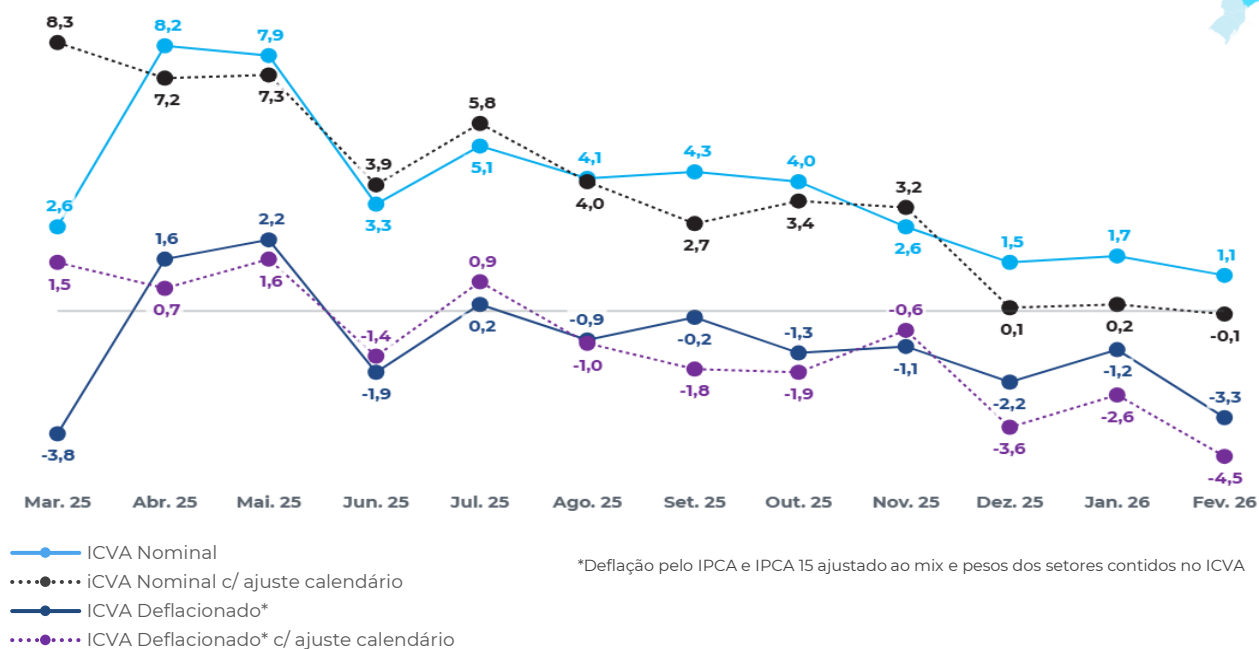
Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



Crescimento da Receita de Vendas na região Sudeste

Ano contra ano



Para mais
informações:

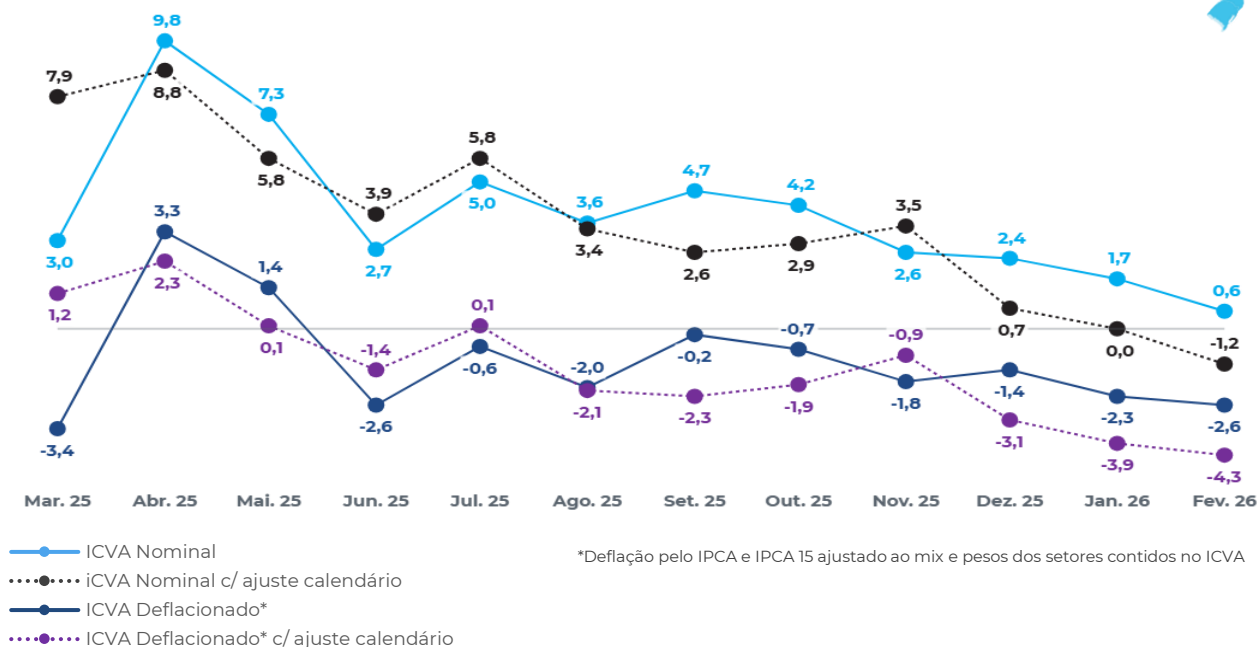
icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

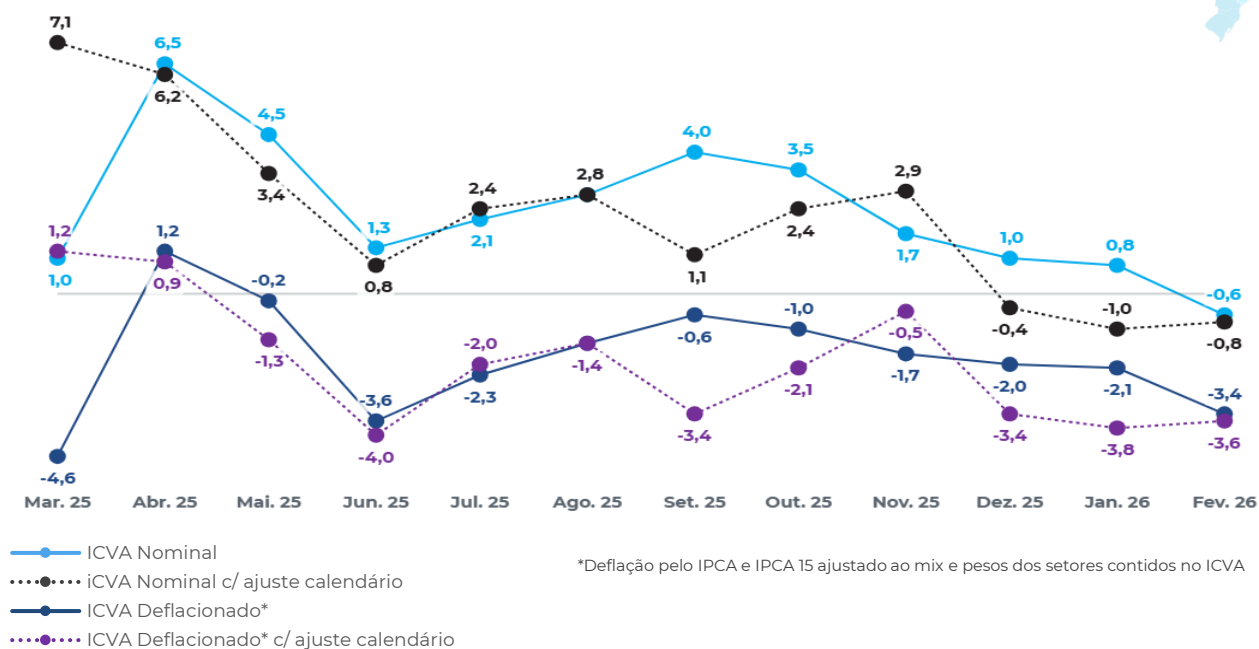
Crescimento da Receita de Vendas na região Sul

Ano contra ano



Crescimento da Receita de Vendas na região Nordeste

Ano contra ano



Para mais
informações:

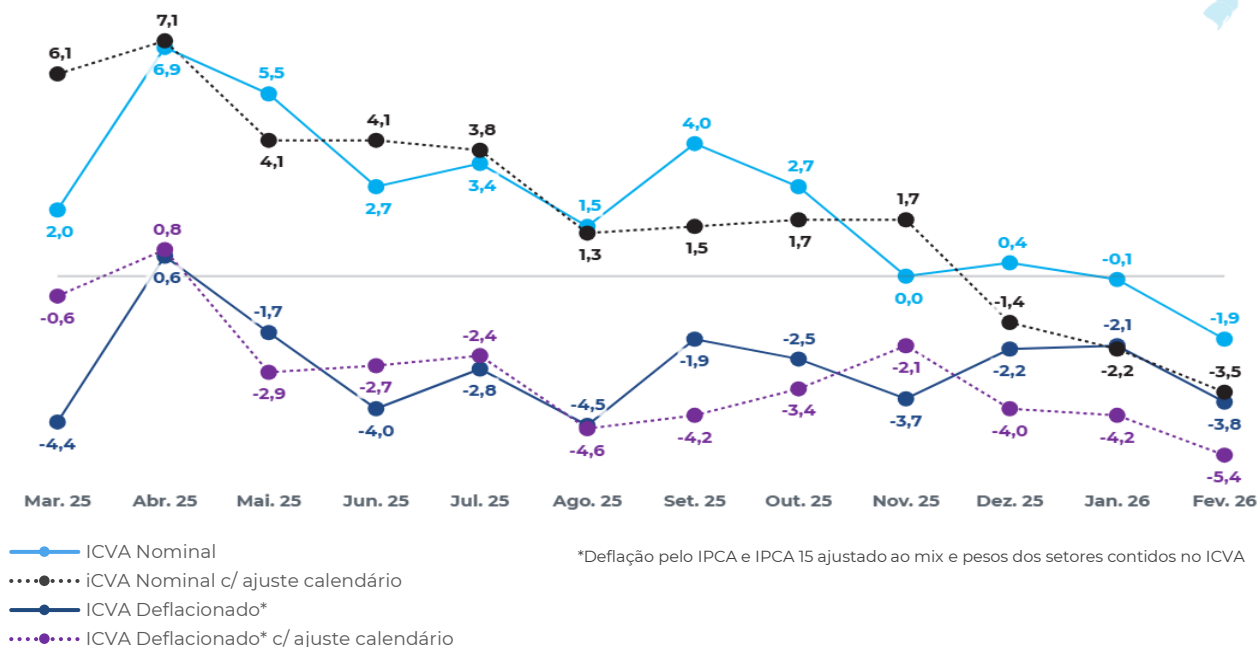
icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

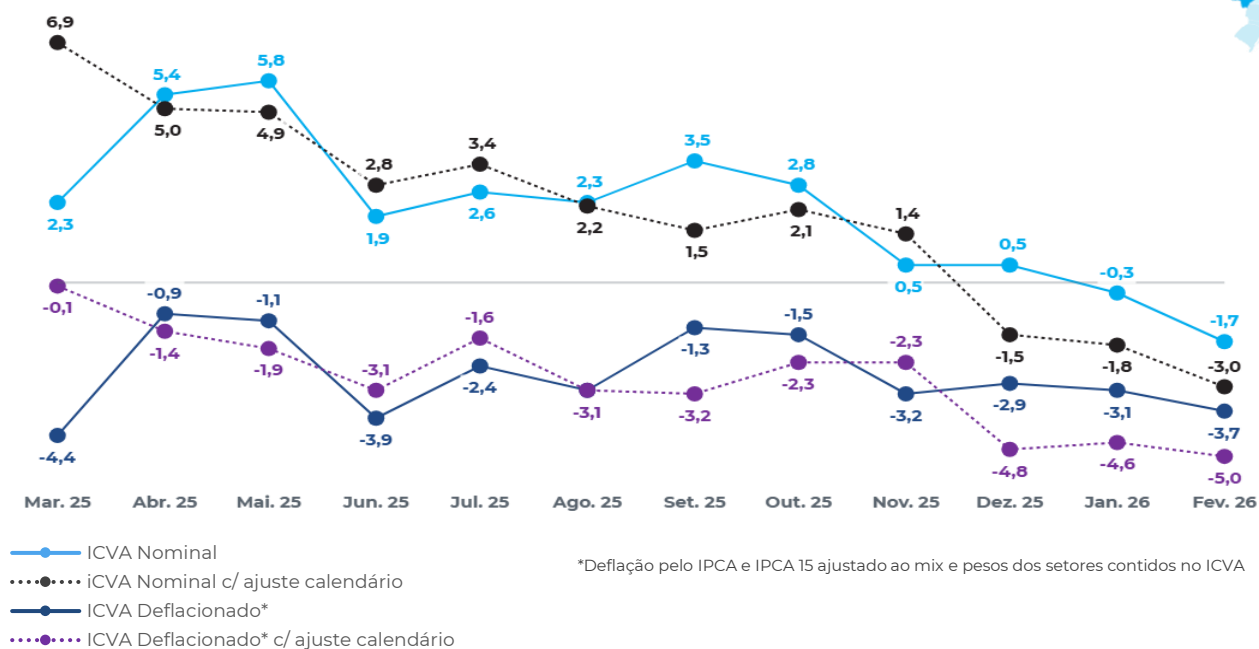
Crescimento da Receita de Vendas na região Norte

Ano contra ano



Crescimento da Receita de Vendas na região Centro-Oeste

Ano contra ano



Para mais
informações:

icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

The logo for Cielo, featuring the word "cielo" in a white, lowercase, sans-serif font. The dot above the "i" is a small blue circle. The letter "o" is a thick blue ring, partially open on the right side.

cielo

Juntos pelo seu negócio