



Cielo ICVA



Análise do mês
Março de 2026

Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/03/26 – 31/03/26

Deflacionado



O varejo cresceu

0,6%

Crescimento ano contra ano, deflacionado e sem ajuste de calendário.



Nominal

O varejo cresceu

3,7%

em comparação com o mesmo período de 2025.

E-commerce



10,5%

em comparação com o mesmo período de 2025.

Comércio físico



1,5%

em comparação com o mesmo período de 2025.

Macrossetores

Crescimento na passagem anual:

Serviços

-3,7%



Auto-peças e serviços automotivos



Alimentação - Bares e Restaurantes

Bens não duráveis

+3,2%



Varejo alimentício especializado

Cosméticos e higiene pessoal

Bens duráveis

-1,8%



Móveis, Eletro e Depto.

Óticas e joalherias

Desempenho deflacionado do varejo por regiões

-1,0%

Norte

+1,9%

Nordeste

-0,2%

Centro-Oeste

-0,1%

Sudeste

+1,4%

Sul

”

Os números de março confirmam um varejo mais resiliente e estratégico. Mesmo com inflação pressionando e o consumidor mais cauteloso, estímulos promocionais, efeitos positivos de calendário e a força do digital ajudaram a sustentar o crescimento nominal. O cenário mostra um consumidor seletivo, mas ainda disposto a consumir quando há oportunidade clara de valor



”

Para mais informações:

icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

Inflação, endividamento das famílias e conflito no Oriente Médio pressionam Varejo, mas efeito calendário garante crescimento de 0,6% em março

Carnaval e compras antecipadas para a Páscoa garantiram o desempenho no mês

(Barueri – 09/04/2026) – O faturamento do varejo brasileiro registrou expansão de 0,6%, já descontando a inflação, em março de 2026, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. O fato de o Carnaval de 2026 ter caído mês passado e a Páscoa ser no primeiro fim de semana de abril impactou diretamente nas vendas.

DIGITAL IMPULSIONA RESULTADO DO MÊS

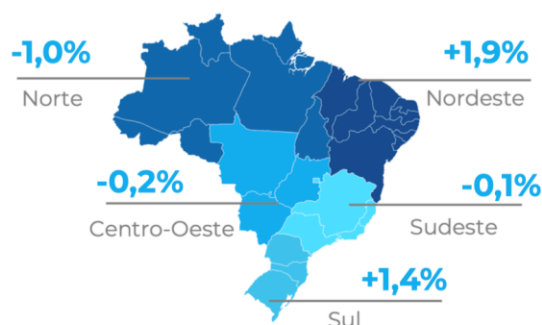
O comércio eletrônico foi um dos principais destaques de março. O e-commerce registrou crescimento nominal de 10,5%, bem acima do varejo físico, que avançou 1,5%. A performance do canal digital está associada, sobretudo, às campanhas promocionais do mês do consumidor, tradicionalmente mais concentradas no ambiente online.

“Os números de março confirmam um varejo mais resiliente e estratégico. Mesmo com inflação pressionando e o consumidor mais cauteloso, estímulos promocionais, efeitos positivos de calendário e a força do digital ajudaram a sustentar o crescimento nominal. O cenário mostra um consumidor seletivo, mas ainda disposto a consumir quando há oportunidade clara de valor”, afirma o vice-presidente de Negócios da Cielo, Carlos Alves.

RESULTADOS REGIONAIS

Na análise regional, o Nordeste foi a região a apresentar o maior crescimento real, com alta de 1,9% no ICVA deflacionado sem ajuste de calendário. O Sul teve avanço de 1,4%. As demais regiões registraram queda.

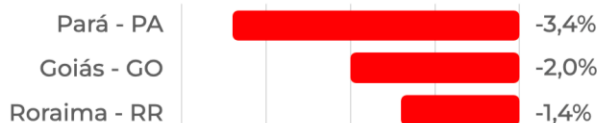
Desempenho deflacionado do varejo por regiões



TOP 3 melhores desempenhos estaduais



TOP 3 maiores quedas estaduais



Deflacionados sem ajuste de calendário

Para mais informações:

✉ icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

No recorte por unidades da federação, alguns estados se destacaram positivamente no desempenho do varejo em março. Em termos deflacionados, Sergipe liderou o crescimento, com alta de 6,5%, seguido por Amapá (+5,0%) e Minas Gerais (+4,0%), indicando um dinamismo regional relevante mesmo em um cenário macroeconômico ainda desafiador. Os resultados sugerem que, nesses estados, fatores como estímulos sazonais, recomposição de consumo e maior resiliência de setores específicos contribuíram para um desempenho acima da média nacional.

Na outra ponta, alguns estados registraram retração no período. Pará apresentou a maior queda, com recuo de 3,4%, seguido por Goiás (-2,0%) e Roraima (-1,4%). O desempenho mais fraco nessas regiões pode refletir uma combinação de fatores, como maior sensibilidade à inflação, menor intensidade de estímulos ao consumo e dinâmica setorial menos favorável no mês.

DESEMPENHO POR MACROSSETORES

Descontada a inflação, o macrossetor de bens não duráveis foi o destaque, com crescimento de 3,2%, impulsionado principalmente pela Páscoa. O varejo alimentício especializado apresentou bom desempenho, enquanto cosméticos e higiene pessoal recuaram.

O macrossetor de Serviços registrou queda de 3,7%, impactado por Alimentação — Bares e Restaurantes.

Já Bens duráveis e semiduráveis apresentaram recuo de 1,8%, com destaque positivo para móveis, eletrodomésticos e lojas de departamento, beneficiados por promoções.

EFEITO CALENDÁRIO EVITOU QUEDA

O resultado foi influenciado principalmente pela base de comparação mais favorável, já que o Carnaval ocorreu em fevereiro em 2026, enquanto em 2025 foi celebrado em março. Esse deslocamento beneficiou segmentos que costumam ter restrições operacionais durante o feriado, como autopeças e serviços automotivos, ao mesmo tempo em que impactou negativamente setores tradicionalmente aquecidos pela data, como bares e restaurantes.

Outro fator relevante foi a antecipação da Páscoa, celebrada no início de abril em 2026, o que concentrou parte das compras no fim de março e contribuiu para o desempenho do varejo no período.

No entanto, se descontar o efeito calendário, o ICVA revela um recuo de 1,0% em março. Ou seja, os eventos deste ano foram responsáveis pelo resultado positivo. O desempenho mais fraco sem os efeitos das datas comemorativas reforça a percepção de um consumidor ainda cauteloso, com a renda pressionada pela inflação e o endividamento recorde das famílias — que alcançou 80,4% em março, segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Ainda assim, houve recuo na parcela de famílias que declara não ter condições de quitar suas dívidas, o que indica um esforço maior de organização financeira, com priorização de gastos essenciais e maior intermitência nas compras discricionárias.

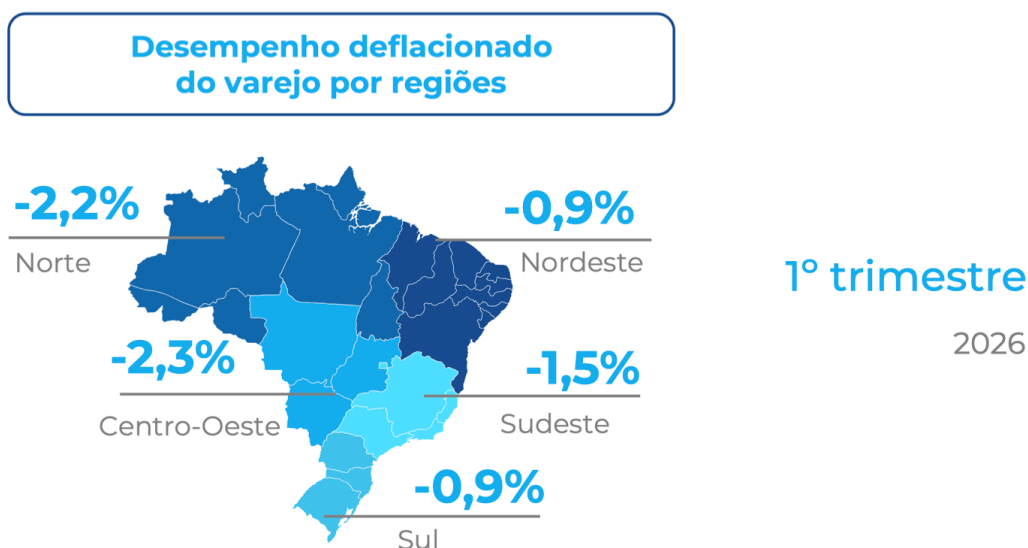
INCERTEZA DO PREÇO DO PETRÓLEO

A cautela do consumidor também pode explicar o crescimento das vendas em setores não essenciais como turismo e transportes, que registraram alta relevante no mês, especialmente companhias aéreas. A elevação do preço do barril de petróleo, ao gerar incerteza sobre custos futuros, pode ter estimulado a antecipação na compra de passagens, em um contexto em que as passagens aéreas avançaram 5,94% no período. Dinâmica semelhante foi observada nos postos de combustíveis, onde o consumo nominal cresceu, possivelmente refletindo a preocupação do consumidor com novas altas nos preços na bomba.

RESULTADO TRIMESTRAL

O varejo brasileiro encerrou o primeiro trimestre de 2026 com retração real, registrando queda de -1,3% no volume de vendas, apesar do crescimento nominal de 1,8%, evidenciando que a inflação anulou o avanço observado em valores correntes.

Do ponto de vista regional, todas as regiões apresentaram retração deflacionada no trimestre, com maior intensidade no Centro-Oeste (-2,3%) e no Norte (-2,2%). Sudeste também mostrou queda relevante (-1,5%), enquanto Nordeste (-0,9%) e Sul (-0,9%) tiveram os recuos reais menos intensos, indicando maior resiliência relativa.



Os segmentos de bens não essenciais foram os mais pressionados no trimestre, com quedas reais expressivas em óticas e joalherias, bares e restaurantes e recreação e lazer.

Setores ligados a bens duráveis e manutenção também recuaram em volume, como móveis e eletro, autopeças e serviços automotivos, indicando postergação de compras e menor disposição para gastos de maior tiquete.

Em contraste, os segmentos essenciais sustentaram o varejo no trimestre, com crescimento real em supermercados e hipermercados, postos de gasolina e drogarias e farmácias.

O desempenho positivo dos segmentos ligados a alimentação essencial, saúde e cuidados com animais reforça a leitura de um consumo mais defensivo e de baixa elasticidade à renda.

Em suma, no geral, o primeiro trimestre de 2026 foi marcado por perda de volume no varejo, consumo mais seletivo e dependência crescente dos segmentos essenciais para mitigação da queda real da atividade.

PÁSCOA IMPULSIONA CONSUMO E CONFIRMA FORÇA DAS DATAS SAZONAIS

Os dados mais recentes do Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) mostram que a Páscoa de 2026 teve papel relevante na sustentação do consumo, com crescimento nominal de 11,6% no varejo total em relação ao mesmo período do ano anterior.

O desempenho foi puxado principalmente pelo comércio eletrônico, que avançou 19,0%, enquanto o varejo físico registrou alta de 9,9%, evidenciando o protagonismo do ambiente digital nas datas promocionais.

Entre os macrossetores, Serviços lideraram o crescimento, com alta de 14,4%, seguidos por Bens não duráveis (+13,5%), impulsionados pelas vendas típicas do período. Já Bens duráveis e semiduráveis recuaram 3,4%, refletindo a priorização do consumo essencial.

No recorte setorial, destacaram-se Supermercados e Hipermercados (+17,7%) e Turismo e Transporte (+26,5%), enquanto Bares e Restaurantes recuaram 7,1%, indicando mudanças no padrão de consumo da data.

Outro destaque foi o desempenho do varejo físico por localização: lojas de rua cresceram 11,2%, enquanto shopping centers avançaram 1,1%, indicando um consumo mais direcionado e pragmático.

Regionalmente, todas as regiões apresentaram crescimento, com destaque para o Norte (+18,0%), puxado por estados como Pará (+20,3%) e Ceará (+19,7%).

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.

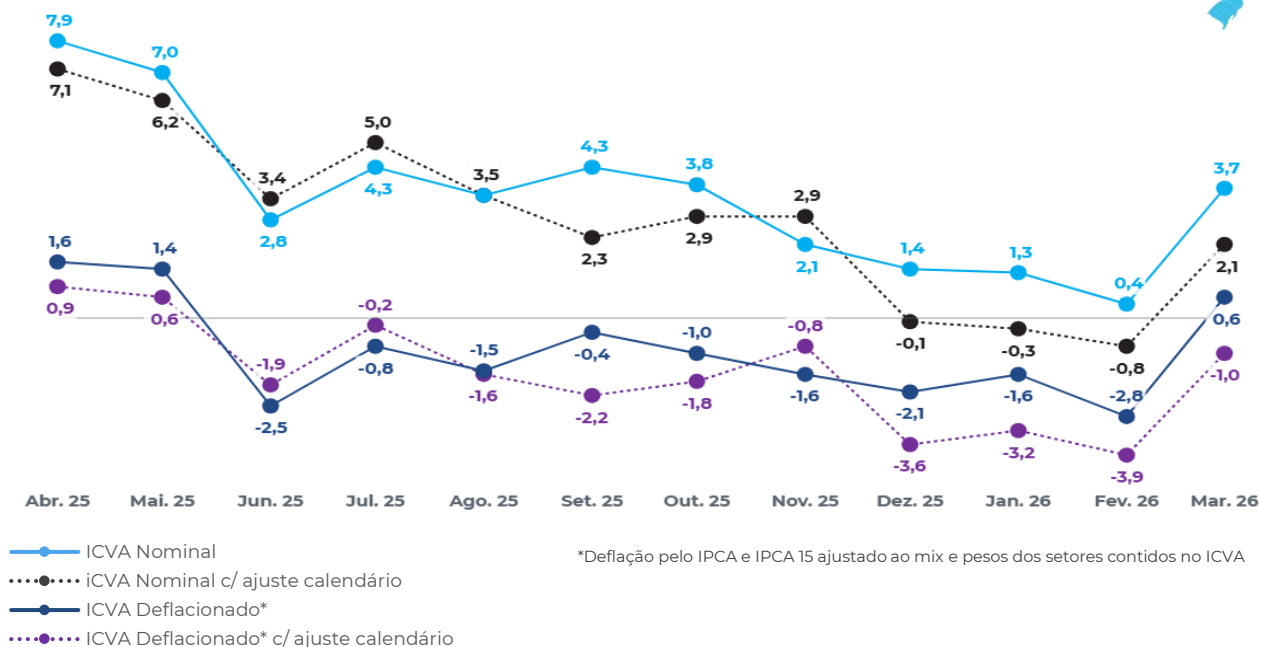
ICVA Deflacionado – ICVA Nominal descontado da inflação. Para isso, é utilizado um deflator calculado a partir do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, ajustado ao mix e aos pesos dos setores contidos no ICVA. Reflete o crescimento real do Varejo, sem a contribuição do aumento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

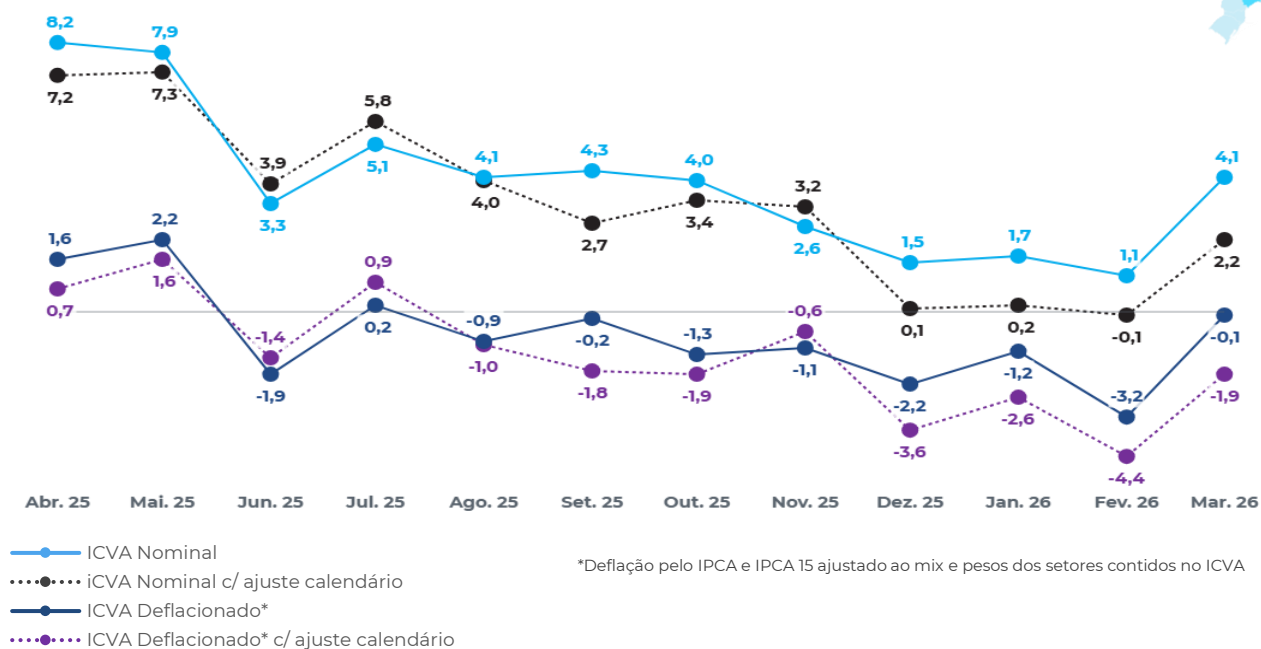
Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



Crescimento da Receita de Vendas na região Sudeste

Ano contra ano



Para mais
informações:

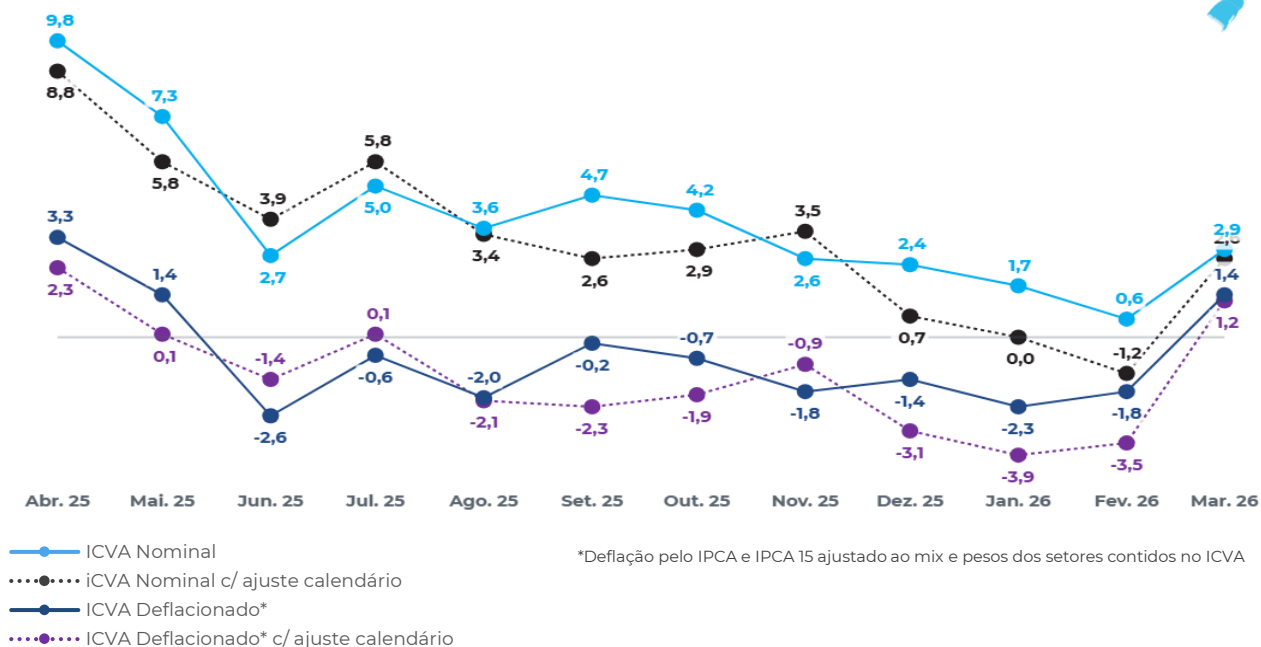
icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

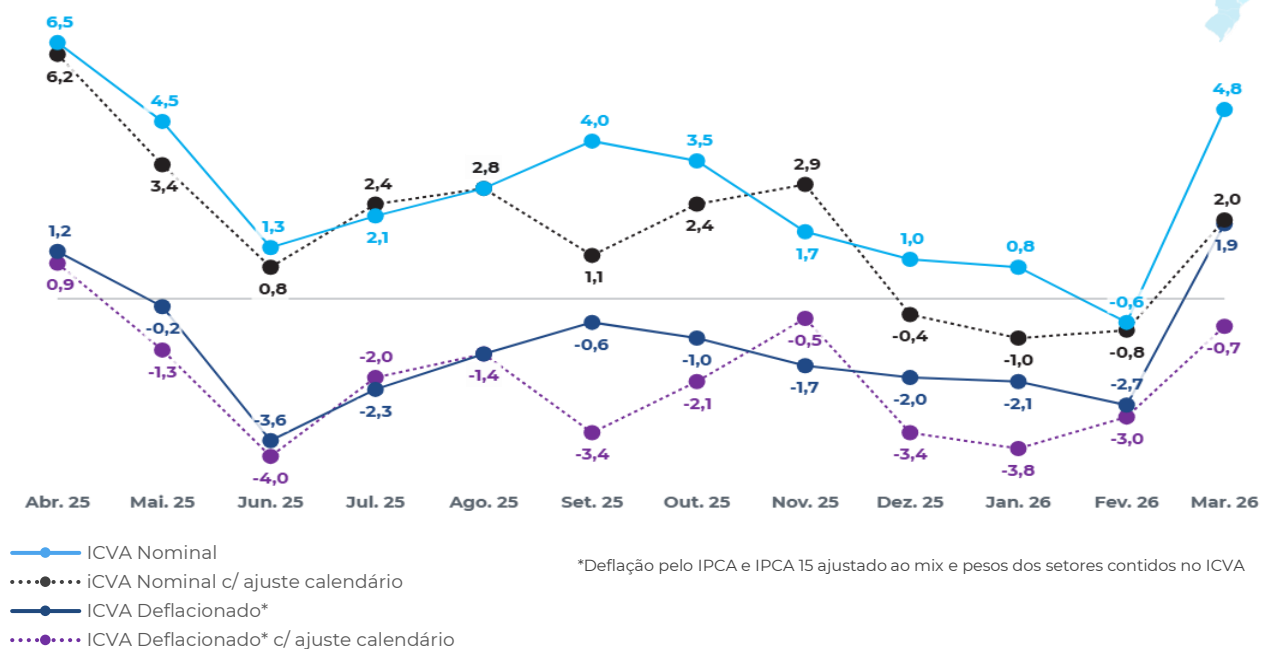
Crescimento da Receita de Vendas na região Sul

Ano contra ano



Crescimento da Receita de Vendas na região Nordeste

Ano contra ano



Para mais
informações:

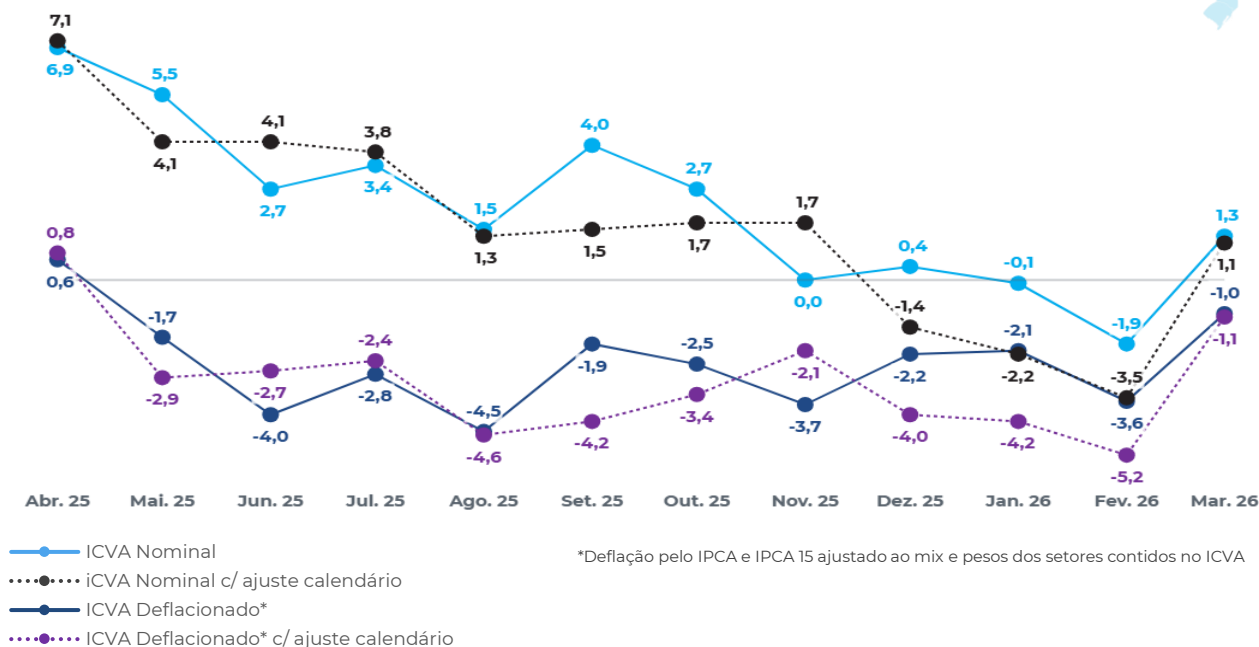
icva@cielo.com.br

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

Assessoria de Imprensa | comunicacaocorporativa@cielo.com.br

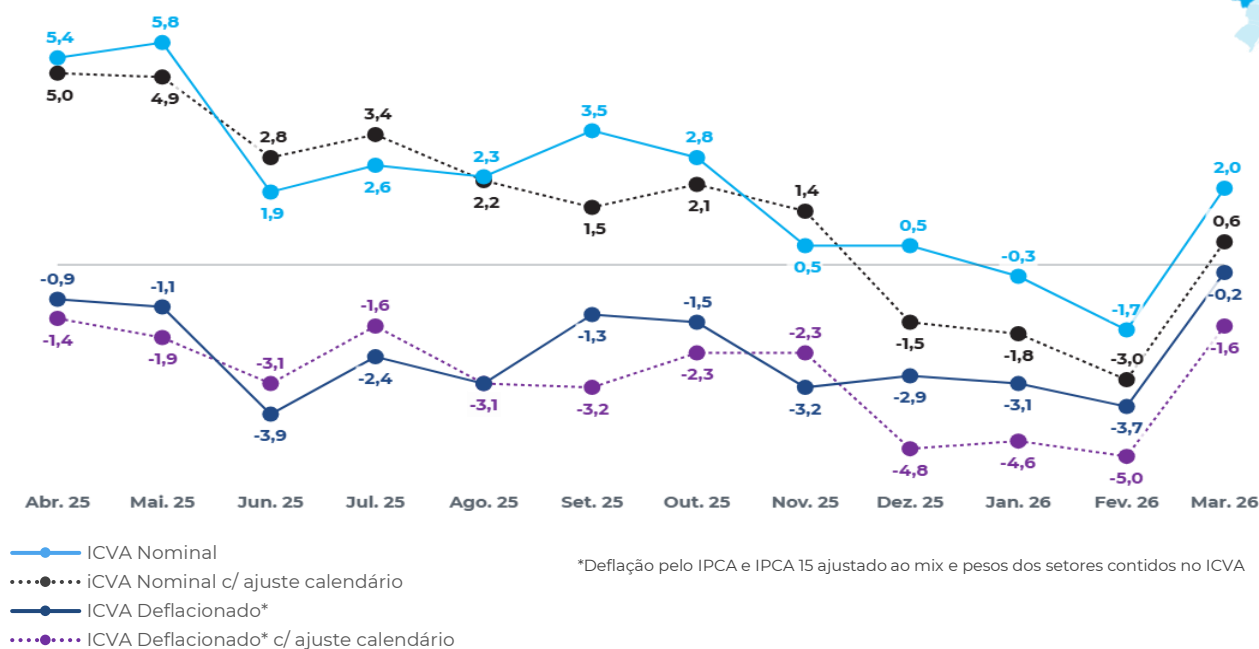
Crescimento da Receita de Vendas na região Norte

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