



cielo ICVA



Índice Cielo do
Varejo Ampliado

Análise do mês
Abril de 2026

Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/04/26 – 30/04/26

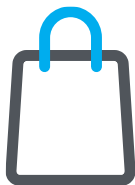
Deflacionado



O varejo caiu

-3,0%

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



Nominal

O varejo cresceu

1,8%

em comparação com o mesmo período de 2025.

E-commerce



6,5%

em comparação com o mesmo período de 2025.

Comércio físico



0,2%

em comparação com o mesmo período de 2025

Macrossetores

Crescimento na passagem anual:

Serviços

-5.5%



Turismo e Transporte

Alimentação - Bares e Restaurantes

Bens não duráveis

-1.6%



Drogarias e farmácias

Varejo alimentício especializado

Bens duráveis

-4.9%



Móveis, Eletro e Depto.

Vestuário + artigos esportivos

Desempenho deflacionado do varejo por regiões

-3,8%

Norte

-4,7%

Nordeste

-1,4%

Centro-Oeste

-3,4%

Sudeste

-2,7%

Sul

”

O resultado de abril mostra um consumidor mais seletivo e atento ao orçamento. Em um ambiente de inflação mais elevada em itens essenciais, o varejo tende a sentir primeiro a desaceleração nas categorias discricionárias. Ao mesmo tempo, segmentos ligados a conveniência, saúde e eficiência de compra continuam demonstrando maior capacidade de adaptação.



”

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 abril por comprometimento da renda do brasileiro

Pressão da inflação e efeitos de calendário desfavoráveis também pesam no resultado, que é o pior em 13 meses

O varejo brasileiro recuou 3,0% em termos reais em abril de 2026, descontada a inflação, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. O resultado indica perda de ritmo do consumo em um ambiente marcado por inflação mais pressionada, maior comprometimento da renda das famílias e efeitos de calendário desfavoráveis.

O resultado de abril também foi impactado pela dinâmica da Páscoa. Neste ano, a data ocorreu logo no início do mês, o que antecipou parte relevante das compras sazonais para março. Em 2025, além de a Páscoa ter caído mais tarde, houve emenda com o feriado de Tiradentes, favorecendo segmentos ligados a lazer, alimentação fora do lar e turismo. A combinação criou uma base de comparação mais exigente para abril deste ano, especialmente nos setores de consumo discricionário. Foi o pior resultado em mais de um ano. Em março de 2025, o setor caiu 3,8%.

“O resultado de abril mostra um consumidor mais seletivo e atento ao orçamento. Em um ambiente de inflação mais elevada em itens essenciais, o varejo tende a sentir primeiro a desaceleração nas categorias discricionárias. Ao mesmo tempo, segmentos ligados a conveniência, saúde e eficiência de compra continuam demonstrando maior capacidade de adaptação”, afirma Carlos Alves, vice-presidente de Negócios da Cielo.

DESEMPENHO REGIONAL

No recorte regional, todas as regiões do país apresentaram retração real em abril. O Nordeste registrou o pior desempenho, com queda de 4,7%, seguido por Norte (-3,8%), Sudeste (-3,4%) e Sul (-2,7%). O Centro-Oeste apresentou o menor recuo do país, com queda de 1,4%, mostrando comportamento relativamente mais resiliente no período.

Entre os estados, o Amapá liderou o ranking nacional, com crescimento real de 2,7%, seguido por Rondônia (+0,2%). Minas Gerais apresentou o terceiro melhor desempenho do país e praticamente estabilidade no consumo, com retração de apenas 0,6%. Na outra ponta, os piores resultados foram registrados por Piauí (-7,7%), Rio Grande do Norte (-6,6%) e Pernambuco (-5,5%).

CANAIS

No recorte por canais, o E-commerce seguiu como principal vetor de crescimento do varejo, avançando 6,5% em termos nominais na comparação anual. Já o comércio físico apresentou estabilidade, com alta nominal de apenas 0,2%, refletindo um consumidor mais cauteloso e seletivo diante do aumento do custo de vida.

“A pressão inflacionária de abril — puxada principalmente por alimentos e combustíveis — não apenas comprimiu o resultado real do varejo, mas também alterou o perfil de consumo das famílias. Setores essenciais demonstraram maior resiliência, enquanto categorias mais discricionárias sentiram de forma mais intensa os efeitos do aperto no orçamento do consumidor”, avalia Alves.

Segundo o executivo, o desempenho do E-commerce mostra que o consumidor segue buscando eficiência de preço e conveniência. “O ambiente econômico mais pressionado favorece decisões de compra mais racionais. O canal digital se beneficia justamente da facilidade de comparação de preços, da conveniência e da ampliação da oferta logística em diversas regiões do país”, diz.

INFLAÇÃO

A inflação também teve papel central no resultado do mês. O IPCA-15 avançou 0,89% em abril, acima do registrado no mesmo mês de 2025 (+0,43%). No acumulado de 12 meses, o índice chegou a 4,37%. Alimentação e Transportes concentraram cerca de 65% da alta mensal, pressionados principalmente pela elevação dos preços de combustíveis e alimentos consumidos dentro do domicílio.

MACROSSETORES

Entre os macrossetores do ICVA, o maior recuo real foi registrado por Serviços, que caiu 5,5% na comparação anual. O segmento foi impactado principalmente pelo efeito calendário desfavorável em categorias ligadas a alimentação fora do lar, recreação, lazer e turismo. Alimentação – Bares e Restaurantes foi o principal detrator do macrossetor, enquanto Recreação e Lazer também apresentou retração expressiva. O setor de Turismo e Transporte, apesar de crescimento nominal, registrou queda real, pressionado pela alta de combustíveis e pelos custos relacionados à mobilidade.

O macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis apresentou queda real de 4,9%. Vestuário e artigos esportivos foi o setor que mais contribuiu negativamente para o resultado, seguido por Móveis, Eletro e Departamentos. Óticas e joalherias também encerraram o mês em retração real.

Já Bens Não Duráveis teve o desempenho menos negativo entre os três grandes grupos, com retração real de 1,6%. Drogarias e farmácias foram o principal destaque positivo do macrossetor, demonstrando maior resiliência em um cenário de orçamento mais apertado. Em contrapartida, Varejo Alimentício Especializado sofreu impacto da antecipação das compras de Páscoa para março, enquanto Postos de Gasolina foram pressionados pela alta dos combustíveis.

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.

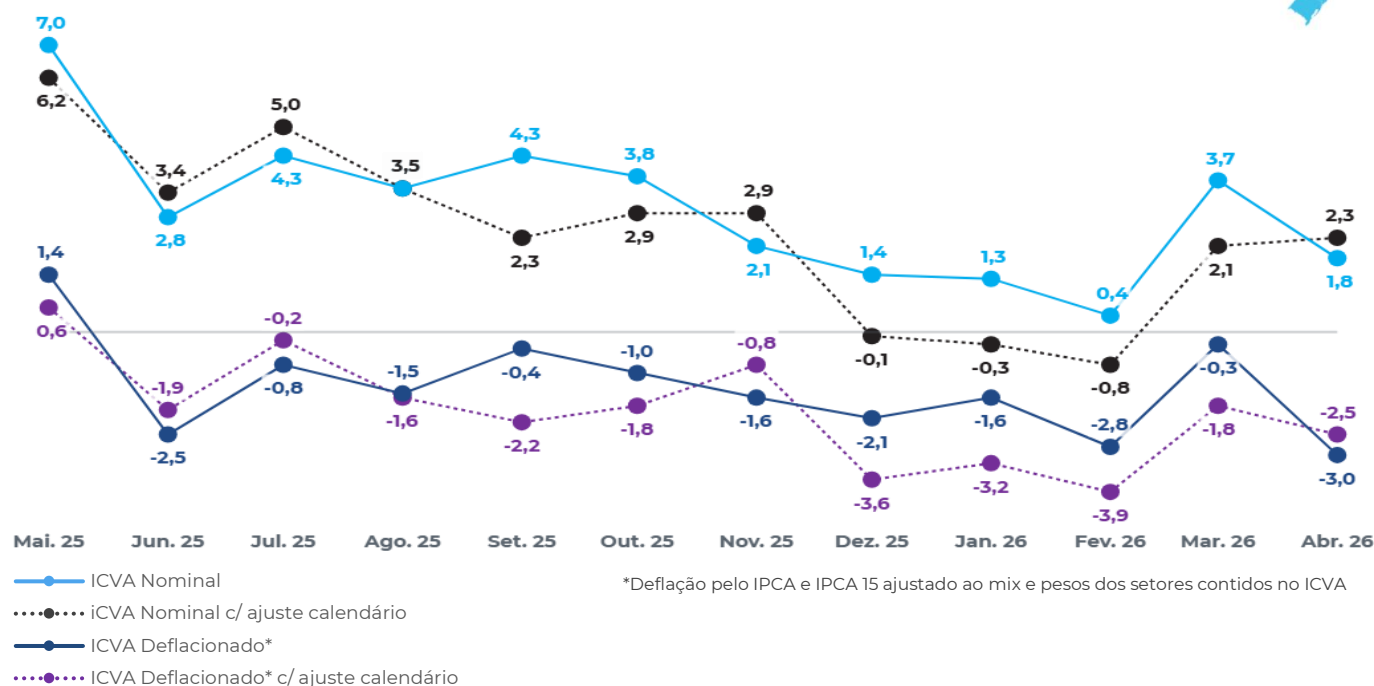
ICVA Deflacionado – ICVA Nominal descontado da inflação. Para isso, é utilizado um deflator calculado a partir do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, ajustado ao mix e aos pesos dos setores contidos no ICVA. Reflete o crescimento real do Varejo, sem a contribuição do aumento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

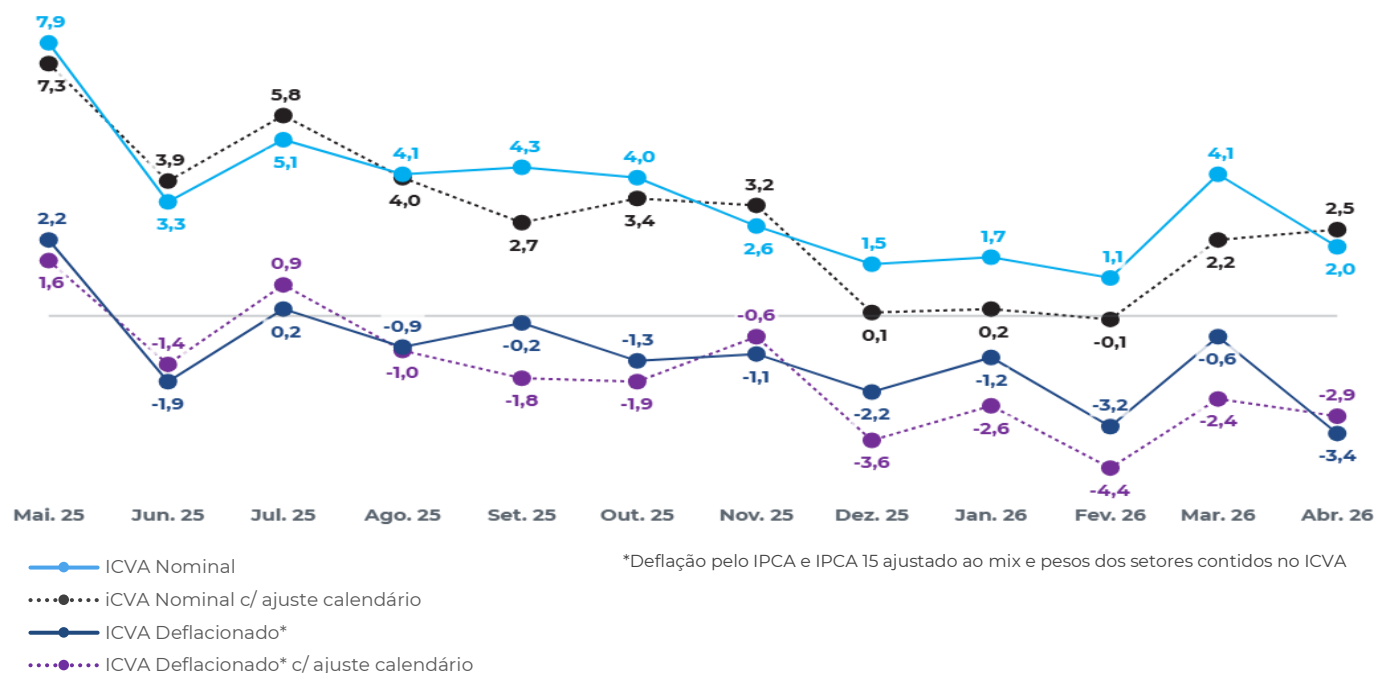
Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



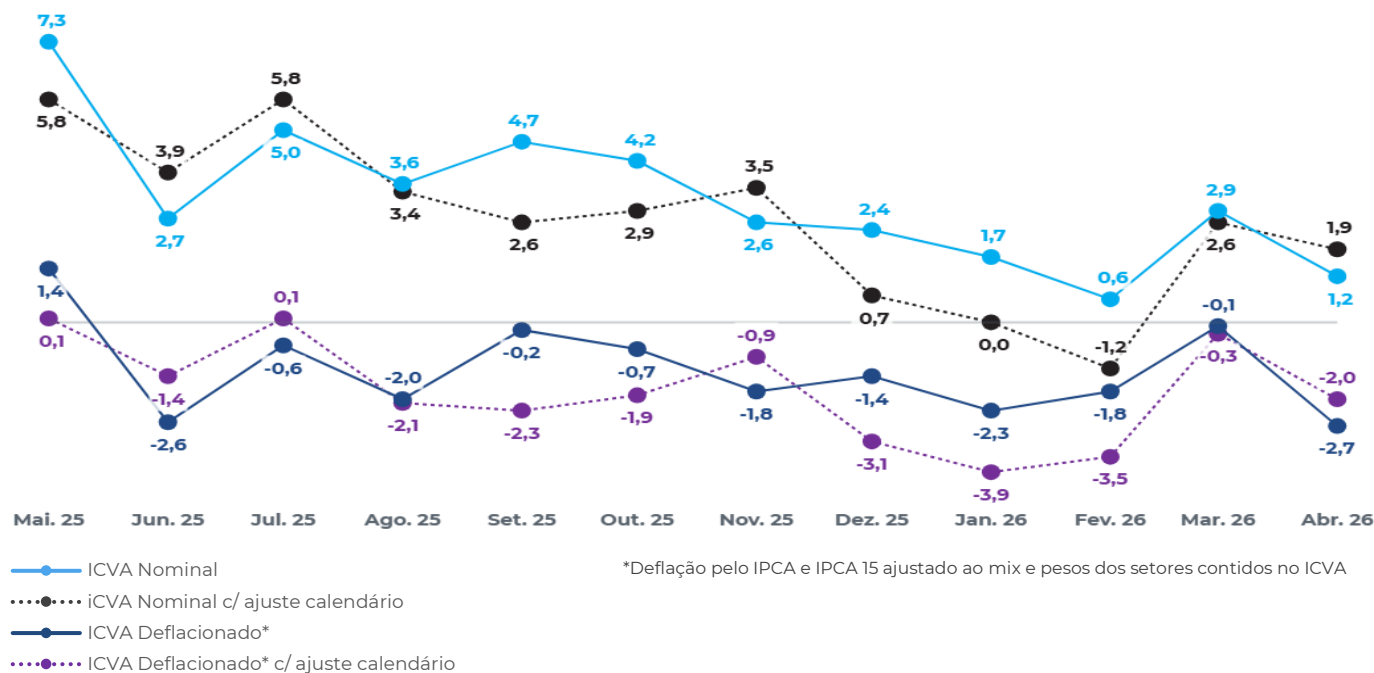
Crescimento da Receita de Vendas na região Sudeste

Ano contra ano



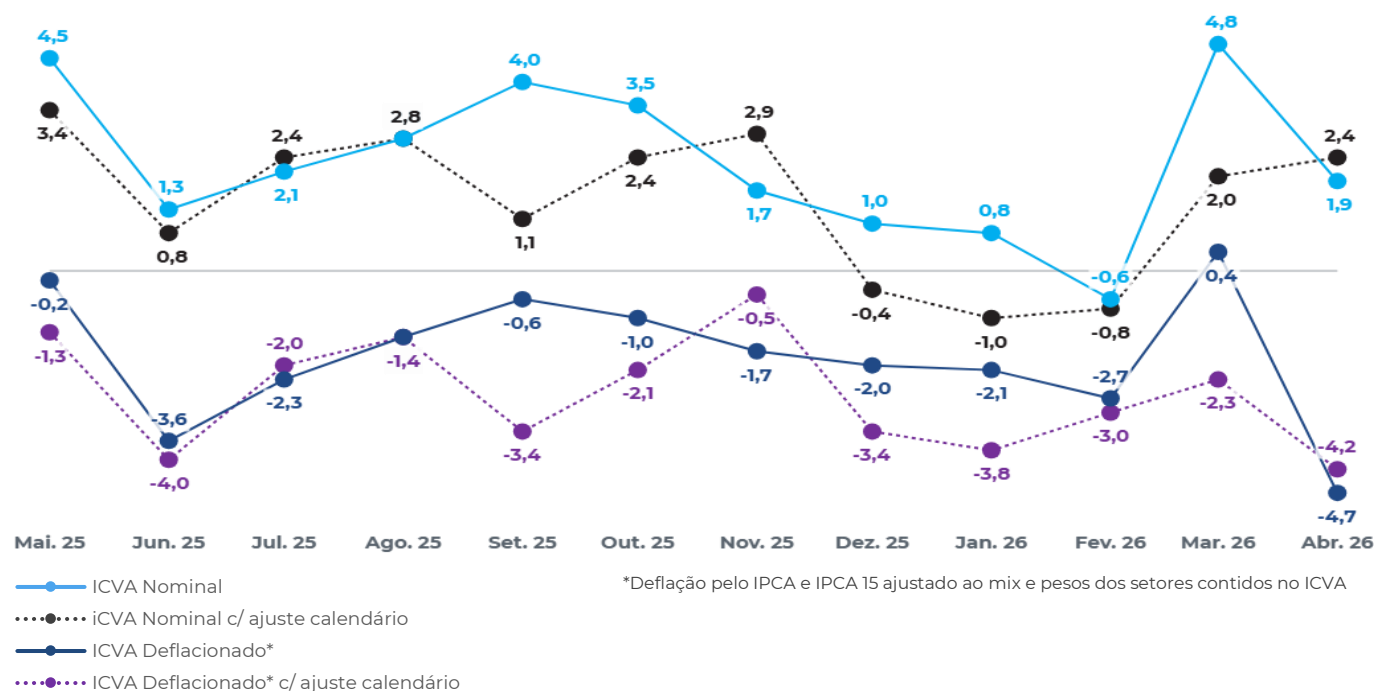
Crescimento da Receita de Vendas na região Sul

Ano contra ano



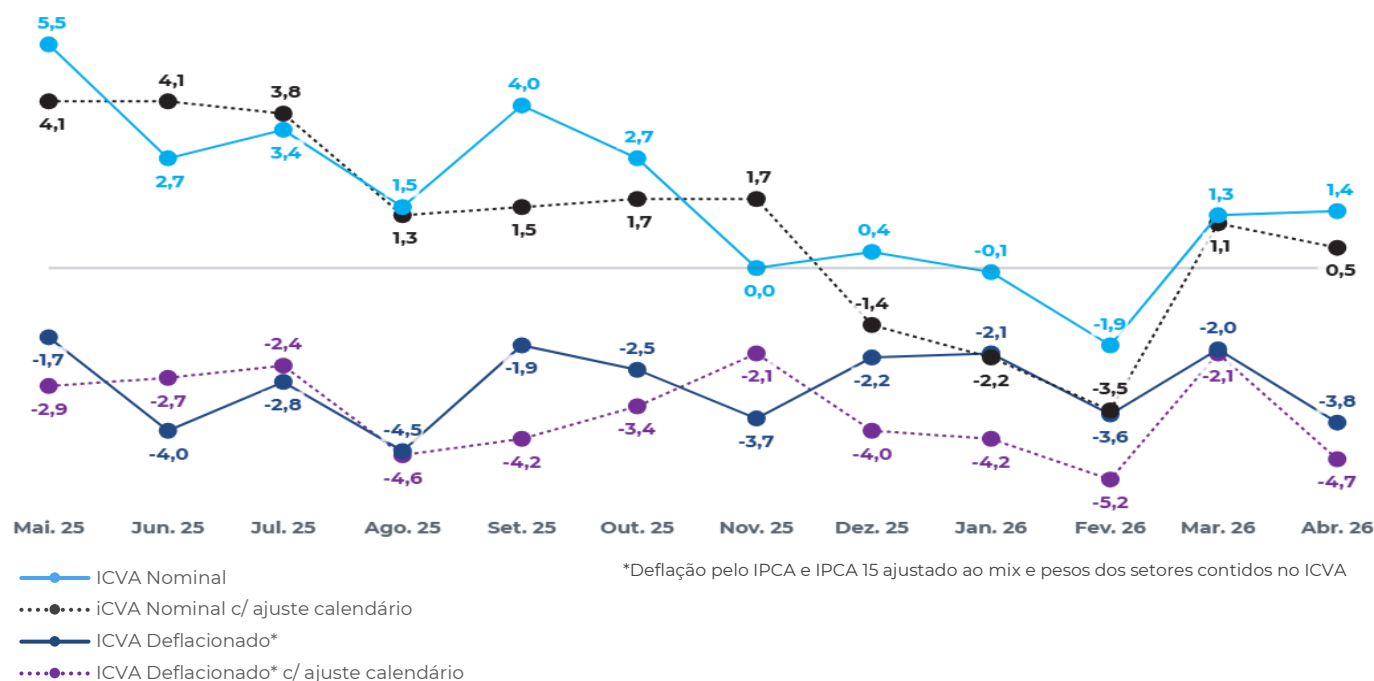
Crescimento da Receita de Vendas na região Nordeste

Ano contra ano



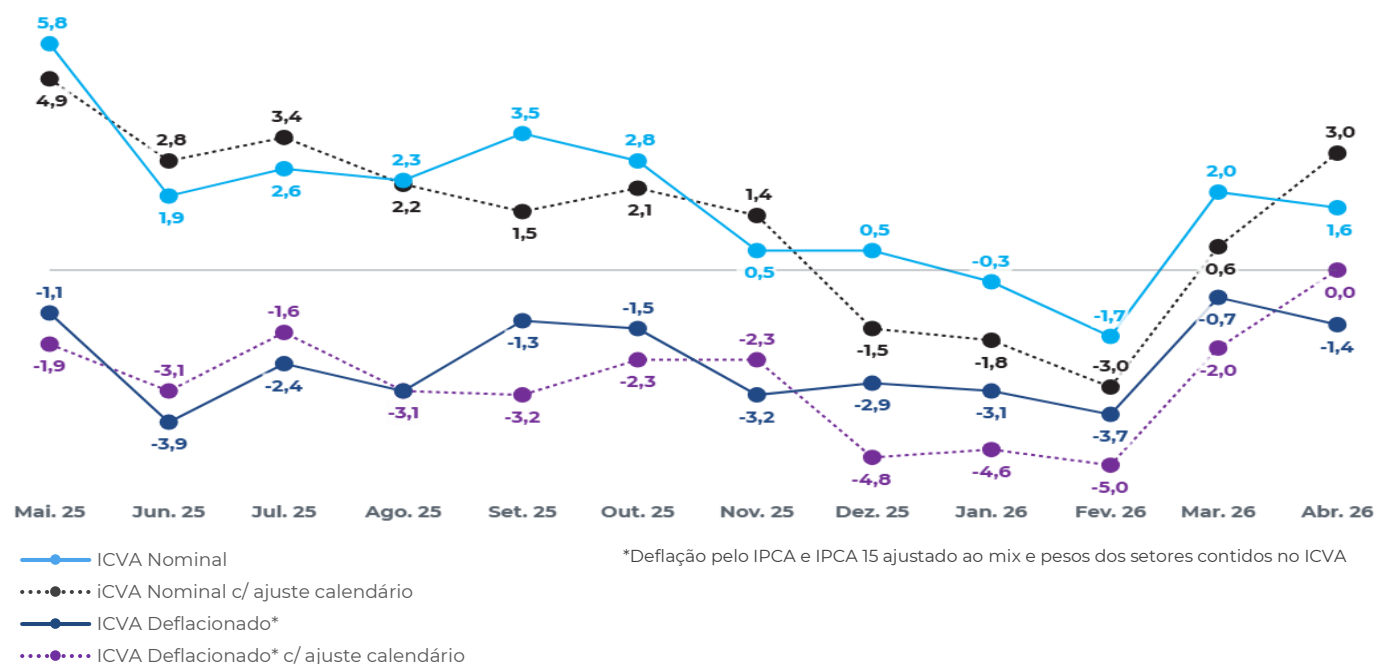
Crescimento da Receita de Vendas na região Norte

Ano contra ano



Crescimento da Receita de Vendas na região Centro-Oeste

Ano contra ano





cielo

Juntos pelo seu negócio

