



IICV SEED – Dez/25

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 categoria, região e tipo de operação.

Período analisado: Dezembro/2025

Variação Base YoY



O NATAL REAGIU — MESMO EM UM MÊS PRESSIONADO

O IICV SEED de **dezembro de 2025** registrou uma queda de **-2,0% em relação ao ano anterior**, apresentando um desempenho tímido, no principal mês do calendário promocional do varejo, no entanto a semana do Natal, ajudou para que o mês não fosse ainda mais negativo.

Analisando somente o período entre os dias **19/12 e 25/12**, o IICV SEED apresentou um crescimento de **+4,3% em relação aos mesmos dias de 2024**, indicando que o consumo natalino esteve presente.

Outro fator importante que contribuiu para este desempenho, em 2025 foi o pagamento da segunda parcela do 13º salário, creditada em **19/12**, fazendo com que

a **janela natalina analisada (19/12 a 25/12)** já contasse com essa renda disponível maior entre os consumidores.

Esse resultado demonstrou um processo de decisão **de compra mais tardia e objetiva** com foco em oportunidades percebidas.

Vale lembrar que durante o mês de dezembro e em continuidade ao que aconteceu na Black Friday, também

se manteve o **direcionamento do consumo para as vendas on-line**, especialmente em regiões com maior maturidade digital. Esse movimento continuou pressionando o varejo físico, que enfrentou concorrência direta de modelos baseados em escala, eficiência operacional e estratégias agressivas de preço.

Os **marketplaces**, como principal ambiente de compra no período, intensificaram essa dinâmica.



Plataformas digitais ampliaram campanhas promocionais com subsídios e cupons, elevando o poder de compra percebido pelo consumidor e reforçando a competitividade do canal online frente às lojas físicas.

Em resumo, o resultado de dezembro de 2025 evidencia

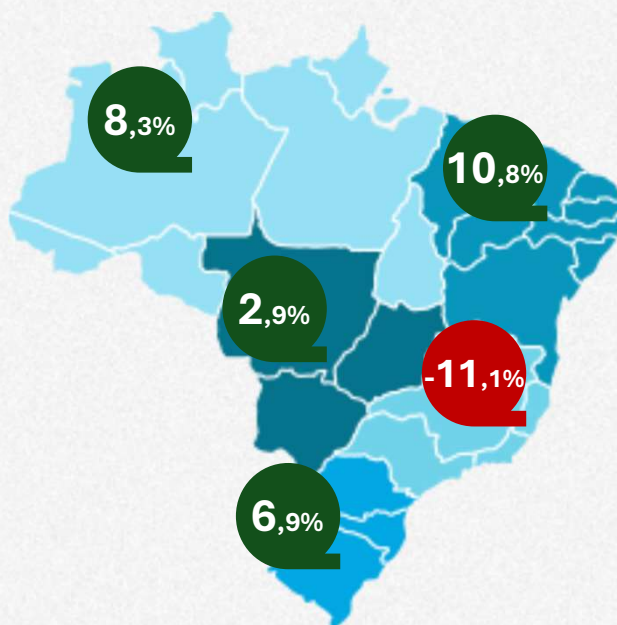
um mês marcado por **consumo seletivo, concentração de vendas no período natalino e maior peso dos canais digitais**, com impacto direto sobre o desempenho do varejo físico ao longo de todo o mês.

SUDESTE - ÚNICA REGIÃO QUE NÃO CRESCE EM DEZEMBRO

A Região Sudeste apresentou uma retração expressiva de **-11,1%**, exercendo impacto direto sobre o resultado nacional, uma vez que a região concentra **mais da metade do PIB brasileiro**. Demais regiões do país crescem de forma relevante: **Nordeste +10,8%**, **Norte +8,3%**, **Sul +6,9%** e **Centro-Oeste +2,9%**.

A correlação com o cenário nacional é direta e consistente. O Sudeste possui um nível de adoção do **e-commerce acima da média nacional**, tanto em volume quanto em recorrência. Assim, em um contexto de avanço acelerado do comércio eletrônico, é natural que os impactos mais relevantes — positivos ou negativos para o varejo físico — se concentrem justamente nessa região.

Por outro lado, merece destaque o desempenho das regiões **Norte, Sul e Nordeste**, que apresentaram crescimentos sólidos. O **Centro-Oeste**, embora com crescimento mais modesto, também não decepcionou. A alta de **2,9%** é relevante no contexto nacional.



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

SHOPPING E RUA REFLETEM O CENÁRIO NACIONAL

As **lojas de Rua e de Shopping** escancararam o cenário nacional, registrando os números: **+0,3% para Rua** e **-3,6% para Shopping**.

A **retração dos shoppings foi especialmente inesperada**, uma vez que o período natalino costuma ser palco de experiências únicas — compras, alimentação, lazer, decoração e a presença do bom velhinho para entreter o público infantil. Era o momento em que se esperava que o ambiente físico compensasse parte da pressão do varejo digital. As lojas de Rua, por sua vez, tentaram maximizar sua performance, o que resultou em desempenho positivo, mas bastante tímido para o período.

Em síntese:

Shopping: queda maior, sinalizando que o ambiente de experiência física não conseguiu superar a força das campanhas e das ofertas digitais no Natal.

Rua: desempenho ligeiramente positivo, mas igualmente penalizado pela queda geral do varejo físico.

DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING

+0,3%

LOJAS DE RUA

-3,6%

LOJAS DE SHOPPING



PERFUMARIA, MAQUIAGEM E COSMÉTICOS SE DESTACAM NESTE NATAL

O segmento de **Perfumaria, Maquiagem e Cosméticos** ditou o ritmo do consumo neste Natal e apresentou o melhor desempenho entre todos os setores, com crescimento de **+9,8%**. Trata-se de um resultado consistente com a trajetória observada ao longo de 2025, consolidando o segmento como um dos grandes vencedores do ano.

Além dele, o **Departamento Casa (+4,5%)** também se destacou como uma das categorias mais procuradas no período, reforçando a tendência de consumo voltada ao bem-estar, e valorização da casa.

Na contramão, os segmentos de **Moda e Farmácias** registraram as maiores retrações do período, com quedas de **-16,9%** e **-8,3%**, respectivamente.

O QUE ESPERAR DE 2026...

O cenário econômico e operacional aponta para um ano exigente, com **menor tolerância ao erro e maior custo para decisões mal calibradas**. A boa gestão deve ditar os resultados.

O cenário macro já conhecido continua pressionando. A combinação de crescimento moderado, margens comprimidas e consumo mais seletivo deve persistir. A isso se soma um fator adicional relevante: 2026 é um ano eleitoral completo, com disputas em praticamente todos os níveis de governo. Historicamente, esse tipo de ambiente aumenta a incerteza, posterga decisões estratégicas e adiciona volatilidade ao humor do mercado — especialmente no varejo.

No campo dos eventos exógenos, a Copa do Mundo tende a concentrar atenção e consumo em janelas muito específicas, especialmente nos meses de junho e julho. Esses picos, embora positivos em determinados segmentos, costumam **distorcer leituras de tendência**, criando a falsa sensação de retomada estrutural quando, na prática, são movimentos conjunturais e temporários.

Nem tudo, porém, aponta para retração. **Medidas de alívio tributário**, especialmente a ampliação da isenção do Imposto de Renda para trabalhadores com renda mensal até R\$ 5.000,00, podem gerar algum estímulo ao consumo. Esse efeito, no entanto, tende a ser **assimétrico e seletivo**, beneficiando mais determinados segmentos do que o varejo como um todo. É justamente nesse ambiente — complexo, ruidoso e cheio de estímulos contraditórios — que viver de achismo, percepção visual ou previsões genéricas se torna um risco operacional.

No caso da categoria de **Moda e Acessórios**, o resultado chama atenção por ser não apenas negativo, mas **muito abaixo das expectativas**. Em 2024, o segmento havia praticamente estabilizado em relação a 2023, com leve retração de **-0,3%**, e os indicadores iniciais de 2025 apontavam para crescimento, no entanto, não foi o que aconteceu.

MAIORES CRESCIMENTOS DO FLUXO DE VISITANTES

+9,8%PERFUMARIA E
COSMÉTICOS**+4,5%**DEPARTAMENTO
CASA

MAIORES QUEDAS DO FLUXO DE VISITANTES

-16,9%MODA
e ACESSÓRIOS**-8,3%**

FARMÁCIA



Estar preparado significa **medir o presente com precisão**. Ter os números corretos à vista — fluxo real, conversão efetiva, evolução de ticket e comportamento por canal — Indicadores permitem identificar oscilações ainda sutis, quando o ajuste é barato e o tempo joga a favor.

Mais do que olhar apenas para o próprio negócio, será fundamental acompanhar o desempenho do setor e do mercado como um todo, buscando referências comparáveis. Não para reagir ao ruído, mas para **tomar decisões baseadas em evidência**, com menor carga emocional e maior previsibilidade.

Não há garantia de um ano fácil, mas há uma diferença clara entre atravessar 2026 no escuro — ou fazê-lo com instrumentos que aproximam a decisão da realidade.

Sem achismo.

Com números.



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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