



IICV SEED

Índice de Intenção de Compra do Varejo
Novembro 2025

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: Novembro/2025

Variação Base YoY

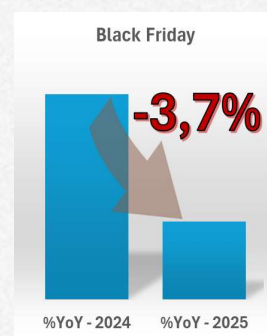


BLACK FRIDAY OU BLACK NOVEMBER — UMA LIÇÃO IMPORTANTE PARA O VAREJO FÍSICO

O desempenho da Black Friday de 2025 trouxe indicações relevantes para o varejo físico. No dia, o IICV SEED apresentou queda de **-3,7%**, enquanto novembro encerrou com retração de **-3,0%**. Isso reforma a extensão do dia da Black para todo o mês – A Black November já é uma realidade para o varejo. Importante destacar também, que novembro de 2024 registrou um forte crescimento de **+5,7%**, criando uma base comparativa elevada.

Já nos canais digitais, algumas categorias, tiveram vendas significativas; categorias de fácil **comparação de preço**, como **eletrônicos, eletrodomésticos e telefonia**. A Cielo, indicou um crescimento superior a **+17,0%** no e-commerce na data, reforçando o papel do online nas escolhas orientadas à preço.

A consolidação do formato **Black November** segue trazendo mudanças operacionais ao varejo, com maior planejamento de estoque e menor concentração no pico promocional. Porém, o movimento também amplia a competitividade entre canais e exige atenção quanto ao posicionamento das lojas físicas nesses períodos promocionais.



Esse cenário reforça a importância do varejo físico em fortalecer seus diferenciais competitivos — **experiência, atendimento, ambientação e conexão emocional** — atributos que ganham ainda mais relevância com a chegada do Natal, reconhecidamente o maior momento de fluxo nas lojas

Dezembro chegando e 2025 desacelerando, vamos cruzar os dedos...

2025 apresentou um crescimento de **+0,6%** entre janeiro e novembro, mas também apresentou uma mudança de comportamento importante ao longo do ano.

O início de 2025 foi marcado por um varejo físico mais aquecido, com destaque para fevereiro (**+6,0%**), a partir

de março, porém, o índice começa a perder força. A desaceleração se intensifica em junho (**-7,7%**).

O último bimestre volta a indicar arrefecimento, com outubro e novembro em queda; o que esperar de dezembro....



REGIONALIZAÇÃO DO IICV — DIVERGÊNCIAS EM UMA ECONOMIA DESCENTRALIZADA

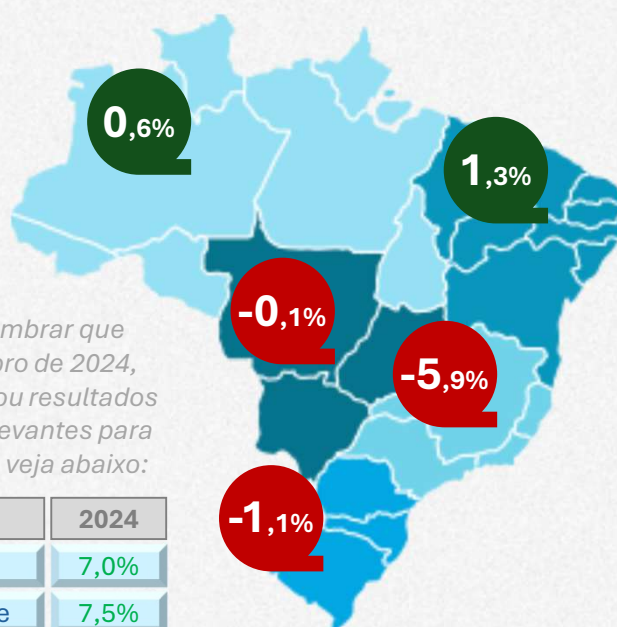
A análise regional do IICV.SEED mostra que o desempenho nacional de novembro não foi uniforme. **Norte (+0,6%)** e **Nordeste (+1,3%)** apresentaram variações positivas. No Norte, o efeito da **COP30**, fortaleceu aumento do fluxo turístico e a demanda por serviços urbanos, contribuiu para maior circulação em comércio e serviços locais.

As demais regiões, apresentaram queda, diante dos resultados de 2024. **Sudeste (-5,9%)** e **Sul (-1,1%)**; **Centro-Oeste (-0,1%)** permanece praticamente estável.

O resultado evidencia um momento **do varejo físico** bastante estagnado, o que leva a preocupações reais sobre os resultados que virão em dezembro de 2025.

Vale lembrar que novembro de 2024, apresentou resultados muito relevantes para o Varejo, veja abaixo:

Nov.	2024
Sul	7,0%
Sudeste	7,5%
C. Oeste	3,1%
Nordeste	0,6%
Norte	3,8%



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

RUAS E SHOPPINGS — FERIADO IMPULSIONA RESULTADO DO VAREJO FÍSICO ORGANIZADO

No recorte por formato, o IICV.SEED aponta desempenhos distintos entre os canais físicos. **Lojas de Rua recuaram -3,3%** em novembro, enquanto os **Shoppings registraram leve alta de +0,8%** no período. A melhora dos Shoppings esteve concentrada no **feriado prolongado de 20 de novembro**, o primeiro após meses sem datas que estimulassem deslocamentos e lazer estruturado.

Os centros comerciais planejados ampliam sua atratividade nesses períodos, combinando **entretenimento, conveniência, segurança e**

experiência — atributos que ajudam a manter o fluxo mesmo em momentos de retração do consumo.

A dinâmica reforça que, em um mês com menor apelo promocional no físico e maior competitividade do digital, os **Shoppings conseguem capturar demanda incremental**, enquanto o varejo de Rua depende mais do ritmo cotidiano da mobilidade urbana.

DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING

-3,3%

LOJAS DE RUA

+0,8%

LOJAS DE SHOPPING



SEGMENTOS DE MAQUIAGEM / COSMÉTICOS E CONSTRUÇÃO PUXAM AS ALTAS, ENQUANTO ARTIGOS ESPORTIVOS E TELEFONIA SOFREM EM NOVEMBRO.

O desempenho setorial do IICV.SEED em novembro reforça que a extensão promocional do Black November tem efeitos distintos conforme o perfil de consumo. **Cosméticos e Maquiagem (+6,8%)** seguiram tendência positiva ao longo do mês, beneficiados por compras de menor valor e maior recorrência. **Casa e Construção (+2,2%)** também manteve tração estrutural, apoiada no uso do 13º salário e a necessidade de deixar as casas prontas e arrumadas para as festas de final de ano.

Na outra ponta, **Artigos Esportivos (-5,7%)** e **Telefonia (-4,0%)** registraram retração no consolidado mensal. No entanto, em Telefonia, o comportamento se desloca do padrão geral: o setor apresentou forte desempenho na **Black Friday (+9,3%)**, porém não manteve esse impulso no restante do mês.

Esse padrão indica que Telefonia **aderiu mais ao efeito Black Friday** do que ao **efeito Black November** — mostrando que categorias de maior valor agregado e **alta elasticidade-preço** concentram sua demanda em janelas curtas e agressivas de desconto, ao contrário das categorias mais recorrentes, que se beneficiam do ciclo promocional ampliado.

O resultado setorial, portanto, revela como o **timing da demanda** e a **natureza da decisão de compra** definem a capacidade dos segmentos de capturar venda em cada janela promocional.

MAIORES CRESCIMENTOS DO FLUXO DE VISITANTES

+6,8%
PERFUMARIA E COSMÉTICOS
+2,2%
CONSTRUÇÃO / HOME CENTER

MAIORES QUEDAS DO FLUXO DE VISITANTES

-5,7%
ARTIGOS ESPORTIVOS
-4,0%
TELEFONIA e ACESSÓRIOS

NATAL – QUE O BOM VELHINHO TRAGA DE PRESENTE OS BONS NÚMEROS DESEJADOS PELO VAREJO.

O período de Natal é a maior Data do Varejo. É o momento em que temos uma junção de acréscimo de valores (13º e Bônus), férias, festa importante, clima diferente e muito mais.

É o momento do ano que todos esperam, de uma forma ou de outra. As pessoas investem em decoração, roupas e alimentos diferenciados. Não tem setor que não deseje a chegada do Bom Velhinho.

As expectativas para 2025 não são diferentes. O Varejo terá que se reinventar para superar as incertezas externas, dificuldade na economia, alta dos juros e atividade econômica.

A curva de tendência não é favorável, uma vez que no acumulado do ano (**jan-nov**) o varejo andou de lado, apresentando um crescimento insipiente de **+0,6%**. Normalmente as lojas de Shopping largam na frente nesse período, pois os ambientes trazem sempre

ótimas alternativas de entretenimento natalino para as famílias, e claro, a tradição de compra de presentes.

Em suma, podemos dizer que durante 11 meses, o varejista espera por dezembro, e espera que pacote do Bom Velhinho traga muitas alegrias e números maravilhosos.





O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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