



IICV SEED Retrospectiva 2025

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: 2025

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



RETROSPECTIVA 2025 – O QUE OS NÚMEROS DIZEM

Antes de iniciarmos a análise de 2025, vale lembrar que o varejo físico ainda representa mais de 80% das vendas do varejo. Esta relevância não deve se alterar a curto prazo, considerando que o Brasil é um país com dimensões, culturas e comportamentos de compra bastante regionais e distintos. Os resultados de 2025 apontam mudanças que devem ser consideradas para aprimorar a performance e orientar decisões estratégicas futuras. Vamos lá!

O IICV SEED 2025 indicou uma retração de **-0,5% em relação a 2024**. Já 2024, com relação a 2023, também registrou queda de **-0,9%**. À primeira vista, o dado sugere estabilidade no desempenho, no entanto, a análise detalhada revela dinâmicas distintas ao longo do ano.

O destaque não está no número final, mas nas **oscilações trimestrais** e na **mudança de comportamento entre os**

canais, especialmente nos **trimestres pares**, que concentram as **principais datas comemorativas do calendário promocional do varejo**, como Dia das Mães, Dia dos Namorados, Black Friday e Natal, exercendo influência direta sobre o desempenho anual.

Em 2024, o varejo físico demonstrou maior capacidade de capturar o potencial dessas datas estratégicas, o que resultou em desempenhos relativamente mais favoráveis nos trimestres pares e contribuiu para a elevação da base comparativa para o ano seguinte.

Já em 2025, essa base elevada, coincidiu com uma **retomada mais consistente da competitividade com o varejo digital**, justamente nos períodos de maior pressão promocional. Nesse contexto, o varejo físico encontrou maior dificuldade para sustentar os níveis observados no ano anterior, enquanto o canal online ampliou sua participação.



Os dados de 2025 reforçam que o desafio para 2026 não está em preservar estruturas, mas em **revisitar estratégias**.

Nesse contexto, o varejo físico é chamado a inovar novamente, com experiências de compra menos friccionais, mais fluídas e nas quais a experiência seja o principal diferencial. O consumidor permanece ativo, interessado em comprar, mas cada vez mais disposto a escolher o canal que lhe ofereça a melhor relação entre valor percebido e experiência.

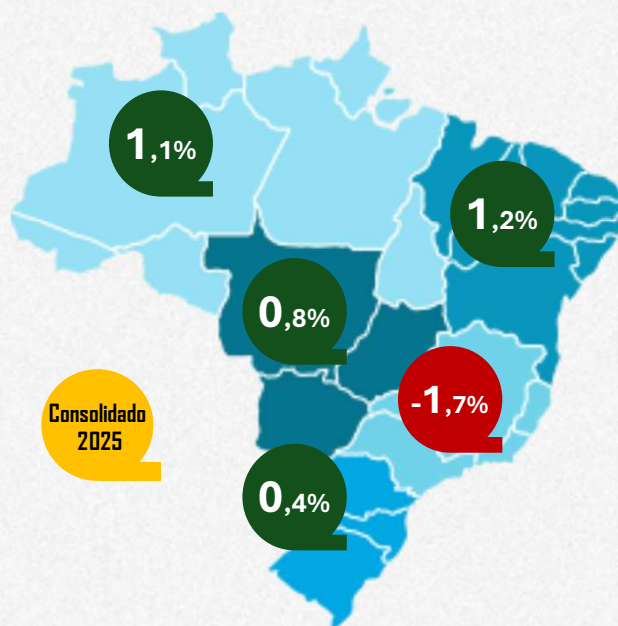
O BRASIL SOB A ÓTICA DAS REGIÕES

O IICV SEED evidencia que o desempenho do varejo em 2025 foi marcado por **comportamentos regionais distintos**, com resultados objetivos e assimétricos ao longo do ano.

As regiões **Centro-Oeste, Norte e Nordeste** encerraram 2025 com desempenho positivo, registrando variações de **+0,8%**, **+1,1%** e **+1,2%**, respectivamente. Esses resultados indicam maior resiliência do varejo físico nessas regiões, sustentada por dinâmicas de consumo mais locais, menor pressão competitiva do e-commerce em determinados mercados e estratégias regionais mais aderentes ao perfil do consumidor.

O **Sul** merece destaque específico. Após um 2024 fortemente impactado por eventos climáticos extremos (-1,0%), 2025 representou um ano de **retomada gradual (+0,4%)**, ainda que novamente marcado por episódios que, em determinados momentos, limitaram a recuperação plena. Mesmo assim, a região conseguiu encerrar o ano em terreno positivo, refletindo capacidade de adaptação e recomposição do consumo ao longo do período.

Em sentido oposto, a **Região Sudeste** apresentou o desempenho mais desafiador do ano. Concentrando a maior parcela do PIB nacional, além da maior maturidade digital, infraestrutura logística mais



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

desenvolvida e elevada concentração de vendedores online, o Sudeste foi também a região mais exposta à intensificação da concorrência do e-commerce.

O resultado foi uma retração anual de **-1,7%**, com destaque negativo para o **quarto trimestre**, que registrou queda expressiva de **-6,6%**. Esse movimento reforça o papel do Sudeste como principal vetor da redistribuição do consumo entre canais observada em 2025, em linha com o comportamento do cenário nacional.

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



FALANDO DO VAREJO FÍSICO: RUA E SHOPPING

A leitura do IICV SEED para 2025 evidencia diferenças relevantes de desempenho dentro do próprio varejo físico quando analisamos os formatos de **Rua** e **Shopping**, sobretudo sob a ótica trimestral.

As **lojas de Rua** encerraram o ano com **leve alta de +0,2%**, enquanto as **lojas de Shopping** registraram retração de **-0,8%**. Esse resultado reflete comportamentos distintos ao longo do ano. O varejo de Rua apresentou oscilações mais alinhadas ao desempenho nacional, com maior pressão negativa nos trimestres que concentram as principais datas do calendário comercial, mas conseguiu preservar algum nível de equilíbrio no fechamento anual.

Já as lojas de **Shopping** enfrentaram um ano mais desafiador. O formato registrou queda em **três dos quatro trimestres**, apresentando desempenho positivo apenas no **terceiro trimestre**, período tradicionalmente favorecido pelas férias de julho.

DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING

+0,2%

LOJAS DE RUA

-0,8%

LOJAS DE SHOPPING

PERFUMARIA, MAQUIAGEM E COSMÉTICOS: DESTAQUE DE 2025

De acordo com o IICV SEED de 2025, o segmento de **Perfumaria, Maquiagem e Cosméticos** encerrou o ano com crescimento de **+3,3%**, consolidando-se como o principal destaque positivo do período. O resultado reflete uma mudança estrutural no padrão de consumo, com maior valorização de itens ligados ao **autocuidado, bem-estar e consumo recorrente**.

Esse desempenho tem se traduzido em movimentos estratégicos relevantes, com grandes marcas ampliando sua presença no varejo físico, inclusive aquelas que historicamente operavam de forma predominantemente digital. O Mesmo acontece com o segmento de **Farmácias** que também fechou o ano em terreno positivo, com alta de **+0,3%**.

Na outra extremidade, o setor de **Moda** apresentou o desempenho mais negativo de 2025, com retração de **-7,6%**, frustrando as expectativas após um 2024 bastante positivo, quando havia registrado crescimento de **+4,5%** com altas em todos os trimestres.

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY



Outro fator que contribuiu para esse desempenho foi a configuração do calendário em 2025. A concentração de feriados em finais de semana resultou em um ano com **mais dias úteis em comparação a 2024**, reduzindo a atratividade dos shoppings como opção de lazer e consumo em dias de folga, especialmente fora dos períodos de férias.



O segmento de **Departamento Casa** também não apresentou um bom resultado, **-3,3%** no ano. Trata-se de uma categoria de consumo seletivo, acionada por gatilhos específicos como reformas e manutenção da casa, com uma concorrência online estruturada e muito competitiva.

IICV SEED – Variação Trimestral - YoY

Perfumaria, Maquiagem e Cosméticos



MAIORES CRESCIMENTOS - 2025

+3,3%
PERFUMARIA E COSMÉTICOS
+0,3%
FARMÁCIA

MAIORES QUEDAS - 2025

-7,6%
MODA e ACESSÓRIOS
-3,3%
DEPARTAMENTO CASA



O VAREJO FÍSICO DEIXOU DE SER ANALÓGICO

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