



IICV SEED

Índice de Intenção de Compra do Varejo **Setembro 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: Setembro/2025

Variação Base YoY



SETEMBRO JOGA LUZ AO ÚLTIMO TRIMESTRE DO ANO

O IICV.SEED de Setembro/2025 apresentou uma alta de **+2,1%** em relação ao mesmo período de 2024, sinalizando retomada do consumo e um cenário de maior confiança no varejo físico nacional. Esse resultado reflete o aquecimento gradual da demanda interna, possivelmente em decorrência aos fatores macroeconômicos e uma expectativa de avanço nas negociações entre Brasil e EUA e a abertura de novos mercados externos.

Mais do que um resultado pontual, a variação positiva de setembro reforça uma tendência de recuperação consistente. O terceiro trimestre encerrou com alta acumulada de **+0,8%** frente ao mesmo período de 2024, demonstrando que o varejo caminha para o último trimestre do ano com base sólida de crescimento.

Indicadores de confiança do consumidor apontam para uma recuperação gradual, embora ainda marcada por cautela nas decisões de compra, um comportamento típico de ajuste de expectativas em ambientes de retomada econômica.

Mantendo essa trajetória, outubro deve impulsionar o trimestre com o Dia das Crianças seguido pelas demais ações promocionais do período, como Black Friday, Natal e Ano novo.



A REGIÃO SUL MOSTRA QUE TRADIÇÃO E RESILIÊNCIA CAMINHAM JUNTAS.

As regiões Norte e Sul foram os grandes destaques de setembro, com altas de **+7,1%** e **+5,9%**, respectivamente.

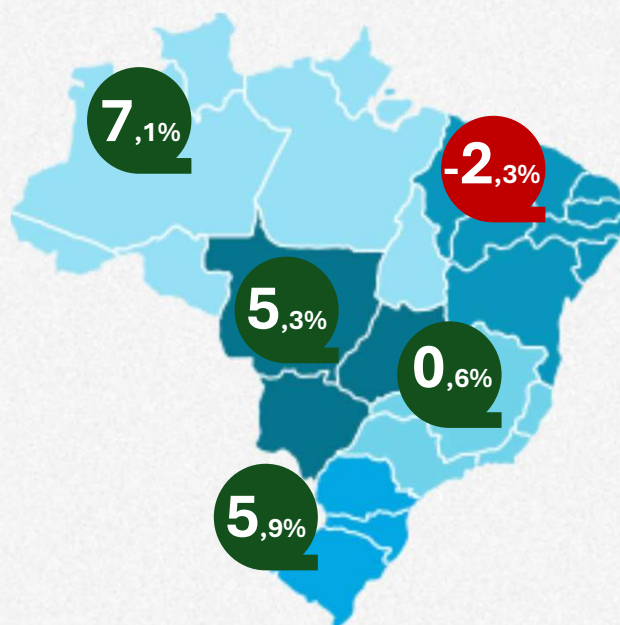
A Região Norte mantém o bom momento pelo segundo mês consecutivo, consolidando sua força no varejo nacional. O desempenho pode estar ligado ao aquecimento da economia local e aos investimentos estratégicos de setores que já se movimentam em função da COP 30, que será sediada no Pará.

Já a Região Sul mostrou toda a sua capacidade de reação, revertendo o desempenho fraco dos últimos dois meses e registrando uma forte alta. O avanço foi impulsionado, em parte, pelas celebrações culturais típicas de setembro, mês marcado pela Semana Farroupilha, que movimenta o comércio e reforça o sentimento de identidade regional.

A Região Centro-Oeste também apresentou crescimento expressivo (**+5,3%**), recuperando-se da retração do mês anterior.

Enquanto isso, o Sudeste manteve sua trajetória positiva pelo terceiro mês seguido, com leve alta de **0,6%**.

O destaque negativo ficou para o Nordeste, que encerrou o mês com queda de **-2,3%**.



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



LOJAS DE RUA SUPERAM LOJAS DE SHOPPING EM SETEMBRO

As lojas de rua foram o destaque do mês, registrando uma alta consistente de **+3,2%** em setembro. Já as lojas de shopping apresentaram retração de **-1,6%**.

A perspectiva para outubro, no entanto, é positivo para ambos os segmentos, impulsionado pelo Dia das Crianças e na região Sul, as tradicionais festas de outubro.

Os shoppings, com um maior apelo de lazer e conveniência, tendem a recuperar o desempenho, sobretudo por reunirem em um mesmo ambiente entretenimento, alimentação e varejo.

Além disso, o feriado coincide com um domingo, isso deve intensificar o movimento nos centros comerciais, tornando-os destinos preferenciais das famílias no período.

DESEMPENHO DE RUAS E SHOPPING

+3,2%

LOJAS DE RUA

-1,6%

LOJAS DE SHOPPING



TELEFONIA MARCA PRESENÇA ENTRE AS CATEGORIA DO VAREJO EM SETEMBRO

A categoria de Telefonia foi o destaque do IICV Seed, registrando uma forte alta de **3,4%**. Entre os fatores que explicam esse avanço estão os lançamentos de novos produtos pelas principais representantes do segmento, como Apple e Samsung, além da continuidade dos investimentos sólidos das empresas da área. Esse movimento aqueceu a demanda, estimulou o consumo e reforçou o ciclo de renovação tecnológica do segmento.

A categoria Modas e Acessórios também começa a apresentar sinais de recuperação após a forte retração registrada no mês anterior, com uma leve alta de **0,3%** em setembro.

O Segmento sempre teve uma alavancagem no 4º trimestre e para este ano, parece que não será diferente, impulsionado pela recomposição da demanda e pelo início das coleções de primavera/verão no varejo.

Em contrapartida, as categorias de Artigos para Casa e Calçados e Acessórios registraram quedas expressivas comparadas com Setembro/24, de **-6,5%** e **-6,4%**, respectivamente.

MAIORES CRESCIMENTOS DO FLUXO DE VISITANTES

+3,4%

TELEFONIA
e ACESSÓRIOS

+0,3%

MODA
e ACESSÓRIOS

MAIORES QUEDAS DO FLUXO DE VISITANTES

-6,5%

CALÇADOS E
ACESSÓRIOS

-6,4%

ARTIGOS
CASA

O QUE ESPERAR DO 4º TRIMESTRE DE 2025

O quarto trimestre de 2025, deve consolidar os resultados do varejo em geral, com ênfase para o varejo físico, especialmente diante das datas mais fortes do calendário comercial, como a Black Friday e o Natal.

Após anos de crescimento do digital, o ponto de venda físico volta a ganhar protagonismo como **espaço de experiência, relacionamento e confiança para o consumidor**.

Lojas físicas não são apenas locais de compra, mas sim **hubs de experimentação e conexão com a marca**. Com consumidores mais exigentes, a assessoria de venda com o atendimento personalizado, o contato direto com os produtos e a possibilidade de retirada imediata tornam-se diferenciais importantes, principalmente em compras de alto valor ou com forte apelo emocional.

A integração com o digital continua essencial, mas agora com foco na **experiência omnichannel**: comprar online e retirar na loja, testar na loja e receber em casa, consultar estoques em tempo real, entre outros. O varejo físico, nesse cenário, se fortalece como **ponto de apoio logístico** e de fidelização.

Com a economia sinalizando leve recuperação e o consumidor buscando segurança e agilidade, redes que investirem em layout eficiente, equipes bem treinadas e experiências sensoriais terão vantagem. A presença física reforça a confiança na marca, especialmente em tempos de promoções e grande fluxo de vendas.

Portanto, o 4º trimestre trará uma valiosa oportunidade de renovação para o varejo físico — **não como contraponto ao digital, mas como parte essencial de uma jornada de compra mais completa e conectada**.





"A prevenção pode salvar vidas.
Em 2025, abrace o cuidado, espalhe consciência e inspire
coragem.

Cuidar é um valor que também deve fazer parte dos negócios."