

IICV SEED

Índice de Intenção de Compra do Varejo – Julho 2025

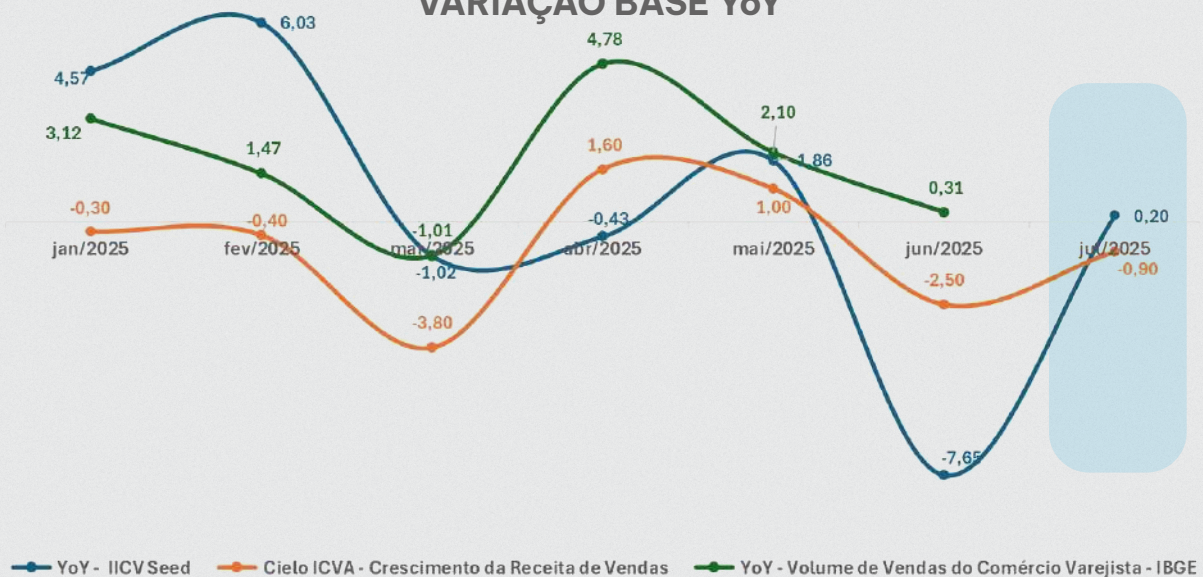


NOSSO ÍNDICE COMO FAZEMOS?

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: Julho/2025

VARIAÇÃO BASE YoY



FOI DADA A LARGADA PARA UM SEMESTRE PROMISSOR

Julho, tradicionalmente um mês de férias escolares e temperaturas mais baixas, marca a entrada no segundo semestre do calendário comercial. O IICV SEED apresentou um crescimento discreto de **+0,2%** em relação a julho de 2024, revertendo a forte retração registrada em junho (**-7,5% YoY**).

Apesar do resultado modesto, o desempenho sugere uma retomada no ritmo do varejo físico, com sinais de resiliência mesmo diante de um ambiente adverso, marcado por clima rigoroso, instabilidade política e impactos no cenário externo.

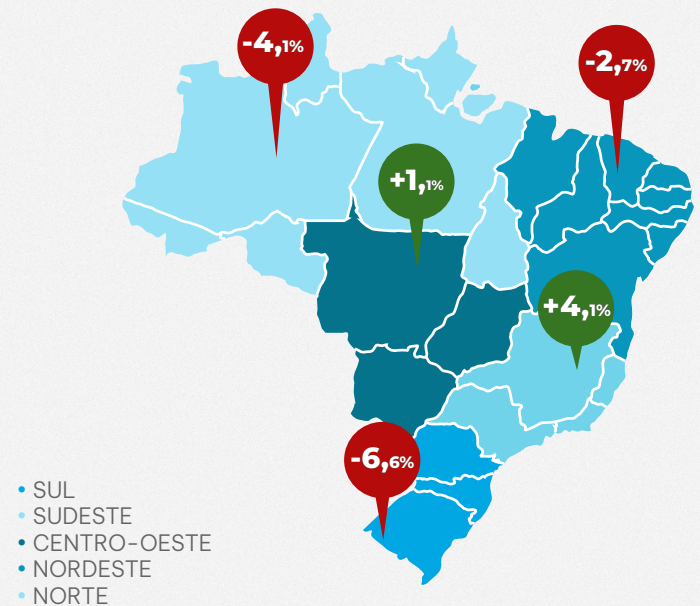


SUDESTE COMANDA REAÇÃO E SUL SOFRE NOVAMENTE

O mês de julho trouxe sinais de recuperação, com destaque absoluto para a **Região Sudeste**, que registrou avanço de **+4,1%** frente ao mesmo período do ano anterior. A região desempenhou o papel de “maestro” da retomada, impulsionada pelo fenômeno, marcado por uma massa de ar polar, que acabou beneficiando destinos serranos e de interior em detrimento do litoral, reforçando a sazonalidade característica do período.

Na outra ponta, a **Região Sul** voltou a registrar retração significativa, com queda de **-6,6%**. O mês começou com mais de 70 cidades do Rio Grande do Sul registrando temperaturas negativas. Embora o frio tenha sido seco (sem chuvas expressivas), a rigidez térmica reduziu a mobilidade urbana e, conseqüentemente, o consumo presencial.

Crescimento Fluxo Regional %



LOJAS DE RUA CRESCEM; DE SHOPPINGS TÊM LEVE DESACELERAÇÃO

Em julho, o IICV SEED captou uma mudança interessante no comportamento do consumidor: Lojas de rua cresceram **+1,1% YoY**, enquanto as lojas em shoppings recuaram levemente, **-0,7% YoY**.

Isso vai na contramão da expectativa clássica de que clima adverso favoreceria os shoppings

cobertos. O cenário, ao contrário, sugere que, com frio elevado e um perfil de consumo adaptado à necessidade do momento, lojas de rua podem estar mais acessíveis ao consumidor.

DESEMPENHO DE LOJAS DE SHOPPING E LOJAS DE RUA

-1,9%
LOJAS DE RUA

-0,7%
LOJAS DE SHOPPING

SEGMENTOS EM DESTAQUE

O setor de telefonia teve alta expressiva de **+9,2%**. O movimento é explicado por investimentos robustos na expansão do 5G, campanhas promocionais agressivas e reposicionamento competitivo das operadoras, resultando em maior elasticidade da demanda.

As farmácias mantiveram a trajetória positiva, impulsionada pelo aumento dos casos de Síndromes Respiratórias Agudas e pela baixa cobertura vacinal. A demanda por medicamentos e produtos de cuidado pessoal também reforçou o papel do segmento como “porto seguro” em períodos de maior sensibilidade sanitária.

Já o segmento de calçados teve retração de **-2,81%**, possivelmente associada a não disponibilidade de um mix aderente a um período de clima rigoroso.

MAIORES CRESCIMENTOS DO FLUXO DE VISITANTES

+9,2%
TELEFONIA

+4,6%
FARMÁCIAS

MAIORES QUEDAS DO FLUXO DE VISITANTES

-2,8%
CALÇADOS

-1,4%
DEPARTAMENTO/CASA

O PLENO EMPREGO NO BRASIL E O IMPACTO NO SEGUNDO SEMESTRE



No segundo trimestre do ano, o Brasil registrou a menor taxa de desemprego da história: 5,8%, segundo o IBGE. Na prática, isso significa um cenário próximo ao “pleno emprego”. Para o varejo físico, que depende diretamente da circulação de renda e do comportamento do consumidor, esse contexto cria uma série de oportunidades, mas também alguns desafios estratégicos e uma gestão inteligente. Quem equilibrar preços competitivos com experiência diferenciada terá condições de transformar esse cenário histórico em resultados consistentes.



O lado positivo: Quanto mais gente trabalha, mais a loja recebe clientes.

Aumento da renda disponível

Mais pessoas empregadas geram maior poder de compra, beneficiando especialmente setores de bens não essenciais (moda, eletroportáteis, decoração, serviços presenciais).

Maior confiança para consumir

Emprego estável leva famílias a planejar compras de maior valor, como móveis e eletrodomésticos, e a consumir mais no dia a dia.

Fortalecimento de datas sazonais

Eventos como Dia das Crianças, Black Friday e Natal tendem a ter maior volume de vendas com a base de consumidores empregada e confiante.



O lado negativo: Nem tudo é vento a favor.

Pressão sobre custos operacionais

Mercado de trabalho aquecido significa salários mais altos para atrair e reter funcionários, elevando custos de folha no varejo.

Escassez de mão de obra qualificada

Com quase todo mundo empregado, fica mais difícil contratar vendedores experientes e bons gestores de loja – e a rotatividade aumenta.

Competição mais intensa por clientes

Mesmo com mais renda circulando, consumidores continuam atentos a preços e condições – o e-commerce segue como concorrente direto.