

Índice do varejo

MAIO 2025

Estabilidade é a palavra do mês
vendas caem **0,1%**



AS DECISÕES DO SEU NEGÓCIO BASEADAS EM DADOS

O Índice do Varejo Stone é o seu parceiro para entender o mercado varejista no Brasil. Baseado em dados reais de milhões de clientes Stone, ele traz insights práticos e acessíveis para ajudar você a tomar decisões que fazem a diferença no seu negócio.

ENTENDENDO O ÍNDICE:

O Índice do Varejo Stone transforma milhões de transações reais em insights que ajudam você, empreendedor, a entender o mercado. Para garantir resultados confiáveis:

Amostras consistentes:

Analisamos dados de clientes que transacionaram por 14 meses seguidos, eliminando variações passageiras.

Diversos índices:

Avaliamos o comércio de forma ampla (diversos setores), restrita (setores mais ligados ao consumo do dia a dia) e específica, como vendas digitais versus físicas.

Ajuste dos números:

Normalizamos os volumes de vendas, considerando a inflação e outras mudanças do mercado.

Conheça nossa metodologia completa [aqui](#).

MAIO FOI UM MÊS DE “MEIO-TERMO” PARA O VAREJO BRASILEIRO

Depois de uma sequência de altos e baixos, os números mostraram que a atividade econômica continua em ritmo lento. O Índice do Varejo Stone de maio apontou uma leve queda de **0,1%** nas vendas do comércio varejista em relação a abril, após um crescimento de **0,7%** no mês anterior. O resultado não é exatamente negativo, mas reforça a ideia de que o mercado ainda está tentando ganhar tração. Para quem empreende, o sinal é morno: o consumo não está paralisado, mas também não deslanchou.

NA PRÁTICA:

Na prática, o empreendedor precisa continuar jogando no modo “otimização total”. Ainda não é hora de apostar em grandes investimentos ou esperar um aumento expressivo de demanda. O consumidor segue cauteloso, pressionado pelo custo de vida e por dívidas que ainda pesam no orçamento — o comprometimento da renda com dívidas está em **27,23%**, um nível elevado. A boa notícia vem do mercado de trabalho. A taxa de desemprego caiu para **6,6%** em abril após ter atingido **7%** em março, esse avanço leva em conta as mais de 130 mil vagas formais criadas. Se essa tendência continuar, pode ser que os próximos meses tragam mais fôlego para o consumo. Enquanto isso, vale olhar com atenção para os custos fixos, negociar com fornecedores e focar em ações de marketing mais certeiras, voltadas para os clientes que já conhecem e confiam no seu negócio.

VAREJO

NA

BALANÇA

O comportamento do consumidor continua favorecendo o varejo físico. Em maio, as vendas nas lojas cresceram **0,5%**, enquanto o comércio digital registrou uma queda significativa de **3,1%**. E essa diferença não é pontual: quando olhamos o desempenho anual, o físico ainda sobe **0,4%**, enquanto o digital acumula queda de **0,8%**.

COMÉRCIO FÍSICO:

+0.5 %
no mês

+0.8%
no comparativo
anual

COMÉRCIO DIGITAL:

-3.1 %
no mês

-0.8 %
no comparativo
anual

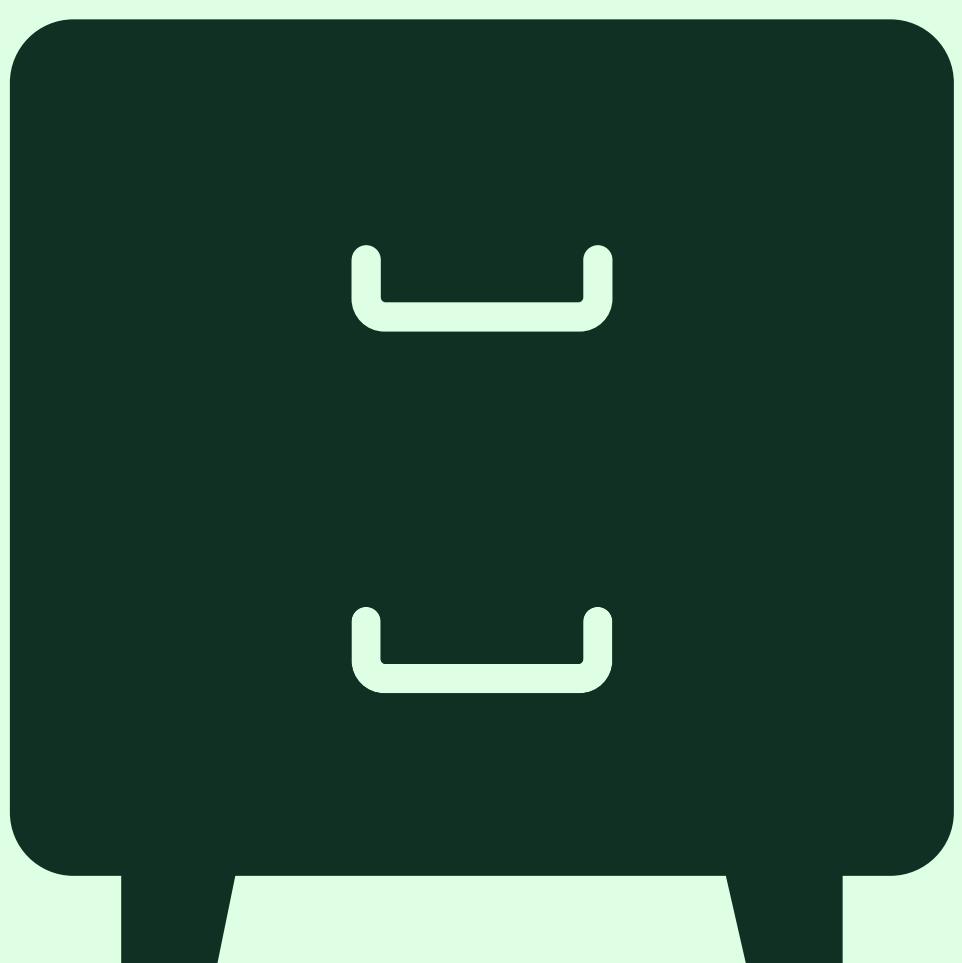
O SEGMENTO DE ARTIGOS FARMACÊUTICOS VOLTOU A CRESCER APÓS MESES DE RETRAÇÃO



Teve alta de 0,6% no mês e 1,3% no acumulado de 12 meses. O desempenho sugere que o setor está retomando o fôlego, especialmente com a chegada do inverno e o aumento da procura por medicamentos e itens de cuidado pessoal.

MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS:

Embora ainda estejam abaixo dos níveis de 2024, as vendas do setor subiram **0,7%** em maio. A recuperação vem acontecendo aos poucos, com os consumidores voltando a investir em itens para a casa, mesmo que com mais cautela. Para o lojista, é uma oportunidade de repensar o mix de produtos e oferecer condições que estimulem a compra planejada.



* MODA *

(TECIDO, VESTUÁRIO E CALÇADOS)



O setor teve seu segundo mês seguido de crescimento, com alta de **0,6%** em maio e **3,2%** no comparativo anual. Isso mostra uma retomada mais firme da categoria, impulsionada pela mudança de estação e por ações promocionais bem direcionadas. Vale reforçar campanhas sazonais e coleções mais enxutas, focadas em peças-chave.



“Maio foi o melhor mês do Peça Rara Dourados! Por conta da mudança de estação, aumentou a procura por peças de inverno, que possuem maior valor agregado, colaborando para o melhor mês de vendas que já tivemos.

A gente sempre espera que maio seja bom, mas este ano surpreendeu!

Além da sazonalidade, fizemos várias campanhas, bazar, promoções com peças mais antigas... Acredito que tudo isso tenha contribuído para esse resultado tão positivo.”



ANA LEOPOLDINA MARTINS
proprietária do Peça Rara Dourados

COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES

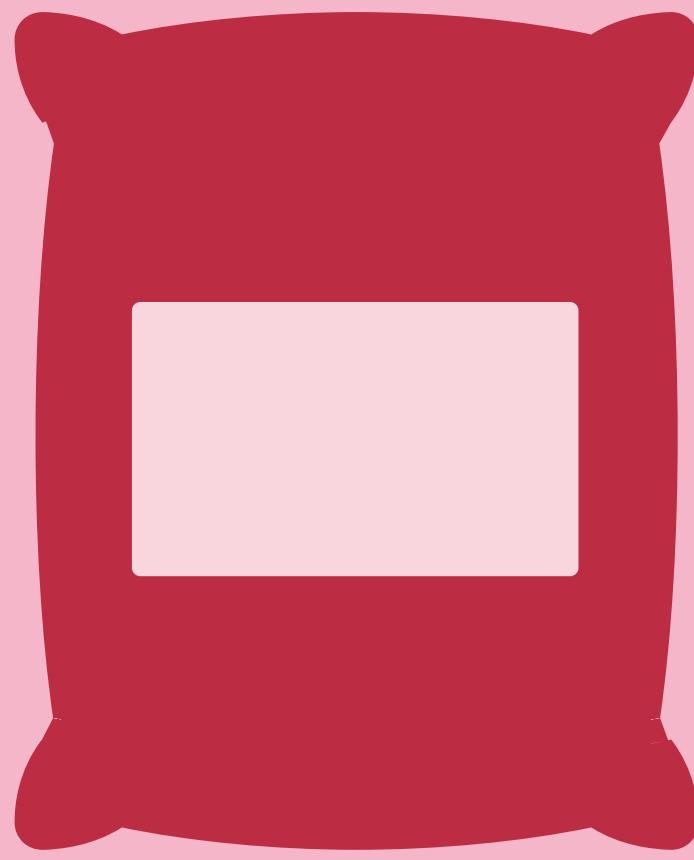


O setor teve uma queda de 1,5% nas vendas, mas ainda mantém desempenho positivo no ano (+1,1%). Como é um segmento muito sensível a variações de preço e demanda, é importante acompanhar de perto o comportamento do consumidor e os custos de operação.

MATERIAL DE CONSTRUÇÃO



A queda de **0,7%** em maio veio após resultados melhores em meses anteriores. Mesmo assim, o acumulado anual ainda é positivo (+2,0%). Esse recuo pode estar ligado ao ritmo mais lento de obras e reformas. Se você atua nesse setor, vale observar como o cliente está comprando: ticket menor, foco em manutenção e compras parceladas têm sido comportamentos comuns.



“

“Esse último mês foi um pouco complicado para bater as metas e captar vendas... As chuvas impactam demais — ninguém constrói quando chove, principalmente no varejo. Este ano já não estava sendo excelente e, agora, com as chuvas, as vendas vão quase a zero.”



GYSELE LINS
Shopping da construção

CONVERSA DE EMPREENDEDOR

QUAIS FORAM OS MAIORES DESAFIOS DO SEU NEGÓCIO NESSE ÚLTIMO MÊS?



“Tentamos captar vendas de várias formas: com publicidade local, posts e divulgação de promoções nas redes sociais. Hoje, meus principais canais são o Instagram e o WhatsApp, que, além de servirem para divulgar as promoções, também me ajudam a realizar algumas vendas online.”

LL



GYSELE LINS
Shopping da construção



“O principal canal de divulgação da loja é o Instagram. Até fizemos uma campanha no rádio há um tempo, mas não trouxe tanto retorno quanto nossas campanhas online. Postamos todos os dias no Instagram, fazemos provador, parcerias com influenciadores da cidade, posts patrocinados... Agora, queremos começar a postar no TikTok para alcançar ainda mais clientes.”

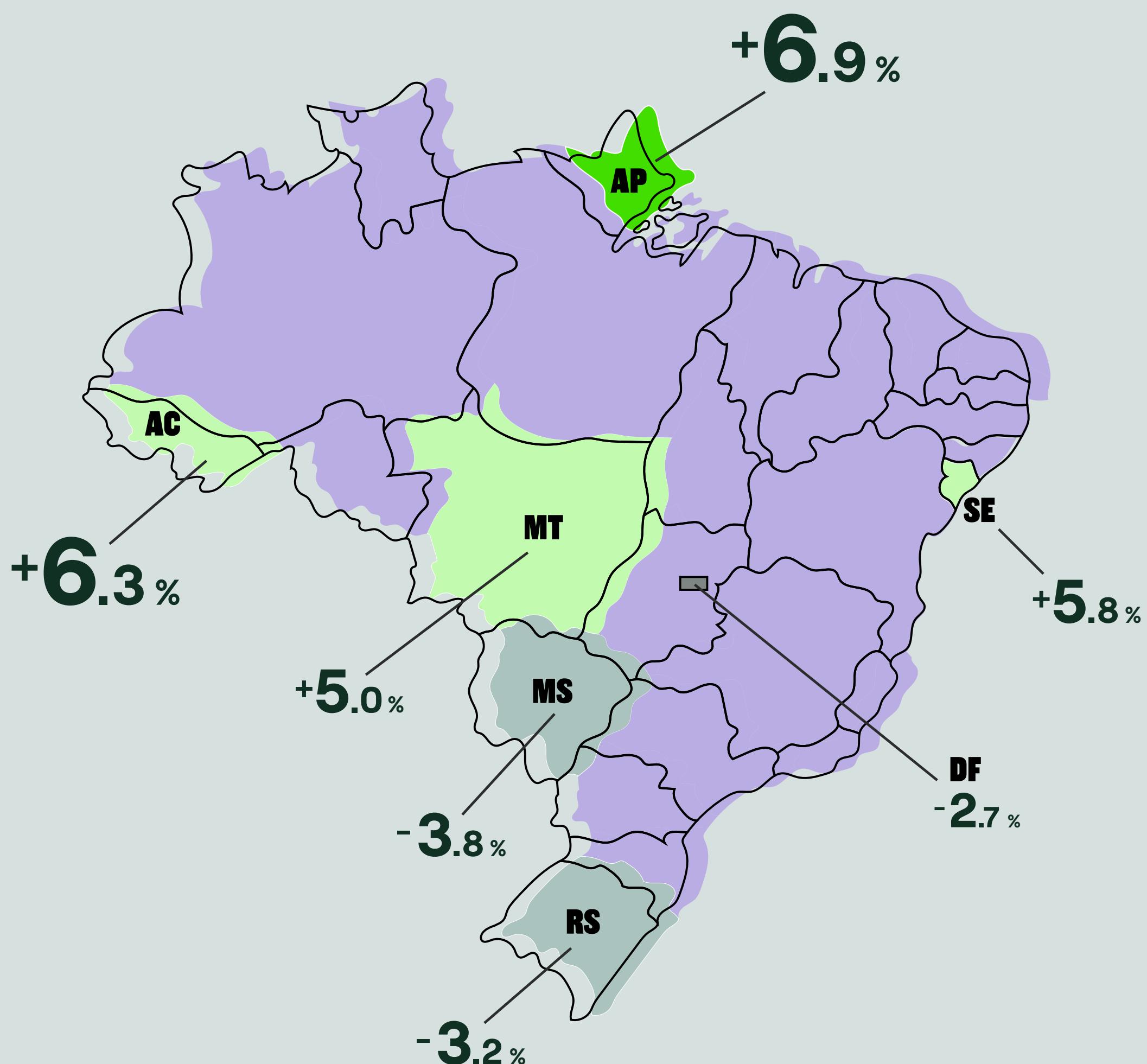
LL



ANA LEOPOLDINA MARTINS
proprietária do Peça Rara Dourados

O VAREJO NA SUA REGIÃO

Os resultados regionais em maio reforçam o cenário de estabilidade. Apenas nove estados, contando com o **Distrito Federal**, registraram queda nas vendas. A maioria manteve os números do mês anterior ou apresentou pequenas variações. Esses dados mostram que, mesmo em um cenário nacional de cautela, há regiões com movimento mais aquecido. Fatores locais como clima, calendário de pagamentos ou ações de incentivo ao comércio podem explicar essas variações.



Se você empreende em uma dessas regiões, o momento pede ainda mais atenção à gestão financeira e aos canais de venda. Conhecer bem o seu público e oferecer condições adaptadas à realidade local pode ajudar a manter as vendas mesmo em tempos difíceis.

**CONFIRA OS DADOS
COMPLETOS ACESSANDO
O DASHBOARD AQUI.**