

índice do varejo

DEZEMBRO 2025

Vendas caem no fim do ano
e 2025 fecha no vermelho.



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](#).

VAREJO PERDE O FÔLEGO E FECHA -0,9% 2025 EM QUEDA



As vendas recuaram **0,9%** em dezembro, puxando o resultado do 4º trimestre para baixo (**-0,9%** em relação ao trimestre anterior). No comparativo anual, as vendas do mês também tiveram uma queda de **1,5%** em comparação com o mesmo período de 2024.

Então, como foi o fechamento de 2025? No acumulado do ano, o resultado foi **abaixo ao de 2024**, com uma queda de **0,5%** nas vendas.

O que explica esse resultado? O cenário de juros altos e crédito restrito falou mais alto, freando o consumo na reta final do ano. O mercado viveu um “cabo de guerra”: de um lado, o desemprego baixo (**5,2%**) garantiu renda; do outro, o endividamento recorde das famílias (**29,4%**) e a inflação persistente travaram o poder de compra.

Com o orçamento apertado, o consumidor priorizou pagar dívidas e itens essenciais, deixando de lado bens de maior valor e forçando o varejo a pisar no freio.



Uai

2025 foi um ano bem desafiador. Nós tivemos, sim, um crescimento em relação a 2024, mas foi menor que o esperado. A sensação que nós tivemos é que teve menos dinheiro circulando durante o ano. A média de consumo não foi tão alta, e a gente não teve esse crescimento semelhante aos outros anos.



JOSÉ VITOR FERREIRA
Rede Uai Farma

COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES SE DESTACAM EM

2025

O setor foi um dos dois únicos a fechar o ano no verde, crescendo **1%** sobre 2024. O mês de dezembro também trouxe uma leve alta de **0,3%** na comparação com novembro.

Por outro lado, o segmento desacelerou na reta final: as vendas caíram **2,6%** no 4º trimestre em relação ao período anterior. Além disso, o mês teve uma queda de **5,7%** na comparação com o mesmo período de 2024.

VENDAS DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO CRESCEM NO MÊS

+ **1.7%**



O segmento reagiu no final do ano, com uma alta de **1,7%** nas vendas em comparação com novembro. Esse fôlego extra garantiu um 4º trimestre positivo, com avanço de **0,45%** sobre os três meses anteriores. No acumulado do ano, o setor fechou praticamente estável com uma leve oscilação negativa de **0,16%**.

MODA FECHA O ANO NO POSITIVO, MAS DESACELERA EM DEZEMBRO



Ao lado de Combustíveis e Lubrificantes, o setor de Tecido, Vestuário e Calçados foi um dos dois únicos a crescer no ano, com alta de **0,9%** sobre 2024. Porém, o 4º trimestre fechou com queda de **0,37%** sobre o período anterior, e as vendas de dezembro caíram **3,4%** em relação a novembro. Na comparação com dezembro do ano passado, a queda foi de **0,4%**.

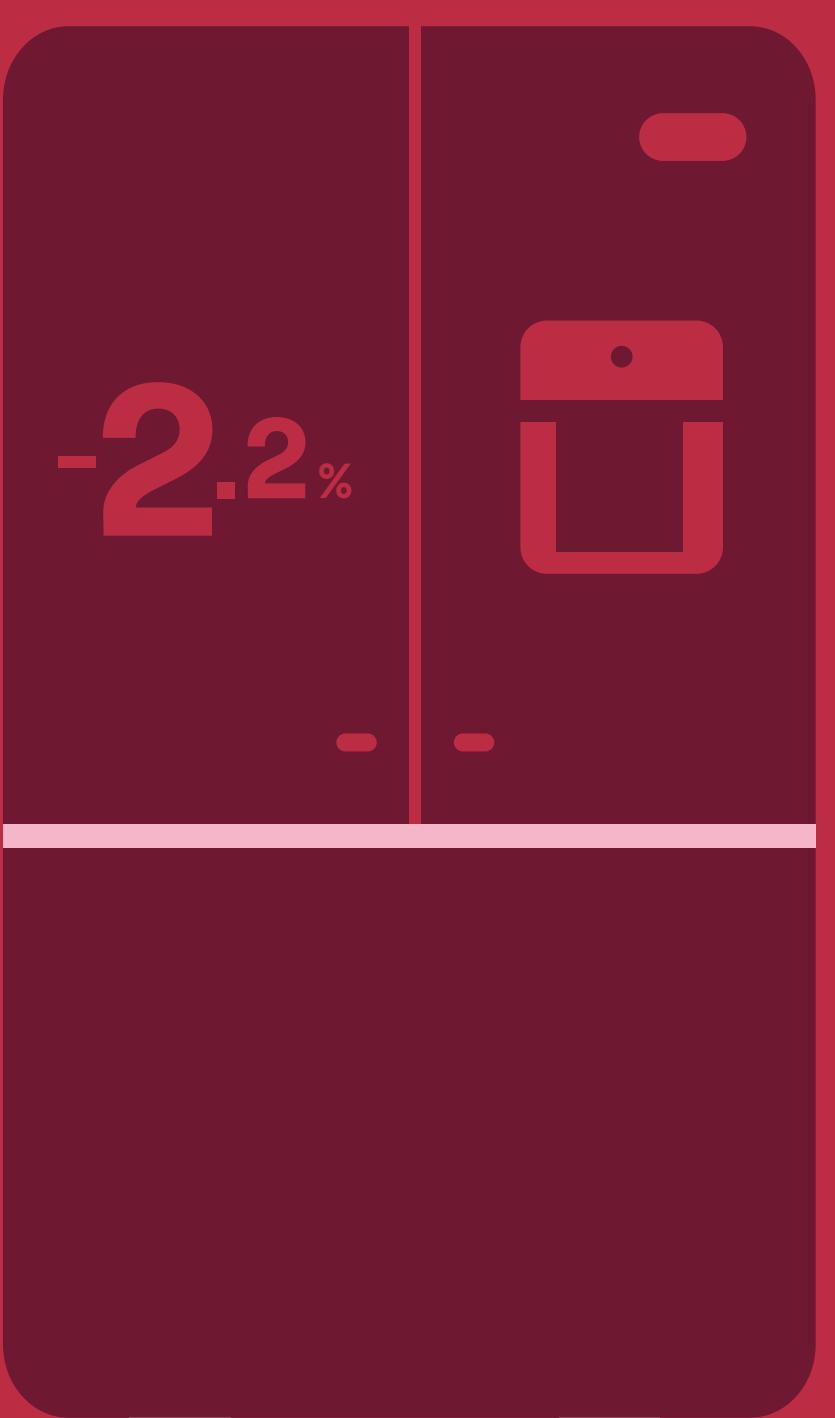


MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS TÊM ANO DESAFIADOR



Em dezembro, o setor teve um dos melhores resultados em relação ao mesmo período de 2024 (**+2,4%**), se recuperando da queda registrada em novembro. O resultado do 4º trimestre também teve uma alta de **1,1%** comparado com o trimestre anterior.

No entanto, as vendas do acumulado de 2025 caíram **2,2%** em relação a 2024. Esse cenário reflete o ano desafiador para o segmento, que sofre com os juros elevados e a desaceleração do mercado de crédito.



CONVERSA DE EMPREENDEDOR

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



Geralmente no período de final de ano, principalmente novembro com a Black Friday e dezembro com as festividades de Natal e Ano Novo, nós temos um aquecimento no varejo. Com o 13º, o cliente passa a ter mais dinheiro, que **circula mais na economia**. Então, devido a esses fatores, foi um período bom de vendas para a gente.

LU

Um grande desafio em 2025 foi o aumento do **nível de inadimplência**. A gente teve que bater muito na questão de propaganda e marketing para trazer mais pessoas para a loja. Quando a população em geral fica com recursos mais escassos, temos que ter um **gatilho de preço**. Então, tivemos que fazer preços mais populares para atrair os clientes.



JOSÉ VITOR FERREIRA
UAI Farma



LU

As vendas em 2025 foram ótimas. Conseguimos expandir uma pequena loja e vamos progredir **mais ainda agora em 2026**. Só a entrada das férias que diminui um pouco o movimento. Um desafio é que o imposto cada dia sobe mais, e o custo dos produtos para repor na loja também. Então, para aumentar o movimento, a gente tem que **oferecer produtos novos** para chamar a atenção dos clientes. Eu recebo muitas dicas do que os clientes querem ver, estou sempre anotando para trazer para a loja e poder sair mais rápido.



LARISSA SILVA
Papelaria Personalizados da Laryn



LU

Tive um aumento de vendas significativo em dezembro, bati até a meta do ano passado. O meu resultado foi positivo não só no faturamento, mas também no lucro, porque eu dei uma **aumentada na margem**, até para equilibrar a situação dos preços oscilando muito. Meu maior desafio no ano foi o desequilíbrio nos preços. A inflação fez o preço de alguns produtos oscilar demais.

A gente também teve que **equilibrar nossas despesas**. Fui obrigado a fazer esse trabalho de controle para ter um retorno positivo no ano no geral. Meu foco maior em 2026 vai ser melhorar a organização da empresa para poder crescer sem tantos incêndios para apagar.



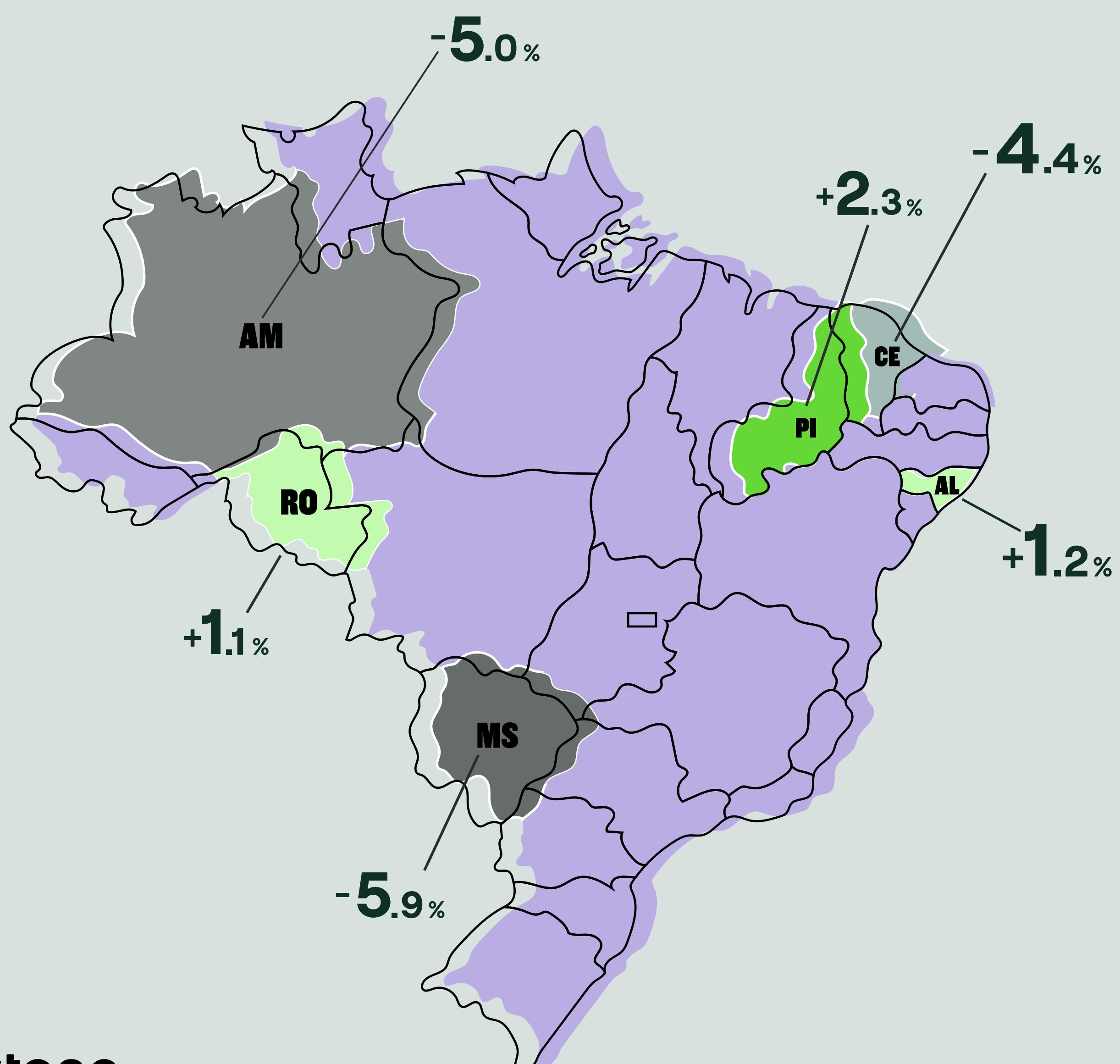
LEO SANTOS
Mercado Melhor Preço

O VAREJO NA SUA REGIÃO

Enquanto a maioria dos estados recuou em dezembro, o Norte e Nordeste apresentaram um quadro misto, com o Piauí liderando o crescimento (+2,3%), seguido por Alagoas (+1,2%).

Já nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul, a queda foi generalizada em todos os estados, com as maiores quedas no Mato Grosso do Sul (-5,9%) e no Rio Grande do Sul (-4,2%). Mesmo no Norte e Nordeste, nem todos escaparam da maré baixa: o Amazonas registrou a maior queda dessas regiões (-5,0%), acompanhado por Ceará (-4,4%) e Tocantins (-4,3%).

DESTAQUES DO MÊS MAIORES ALTAS E PIORES QUEDAS DO MÊS:



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