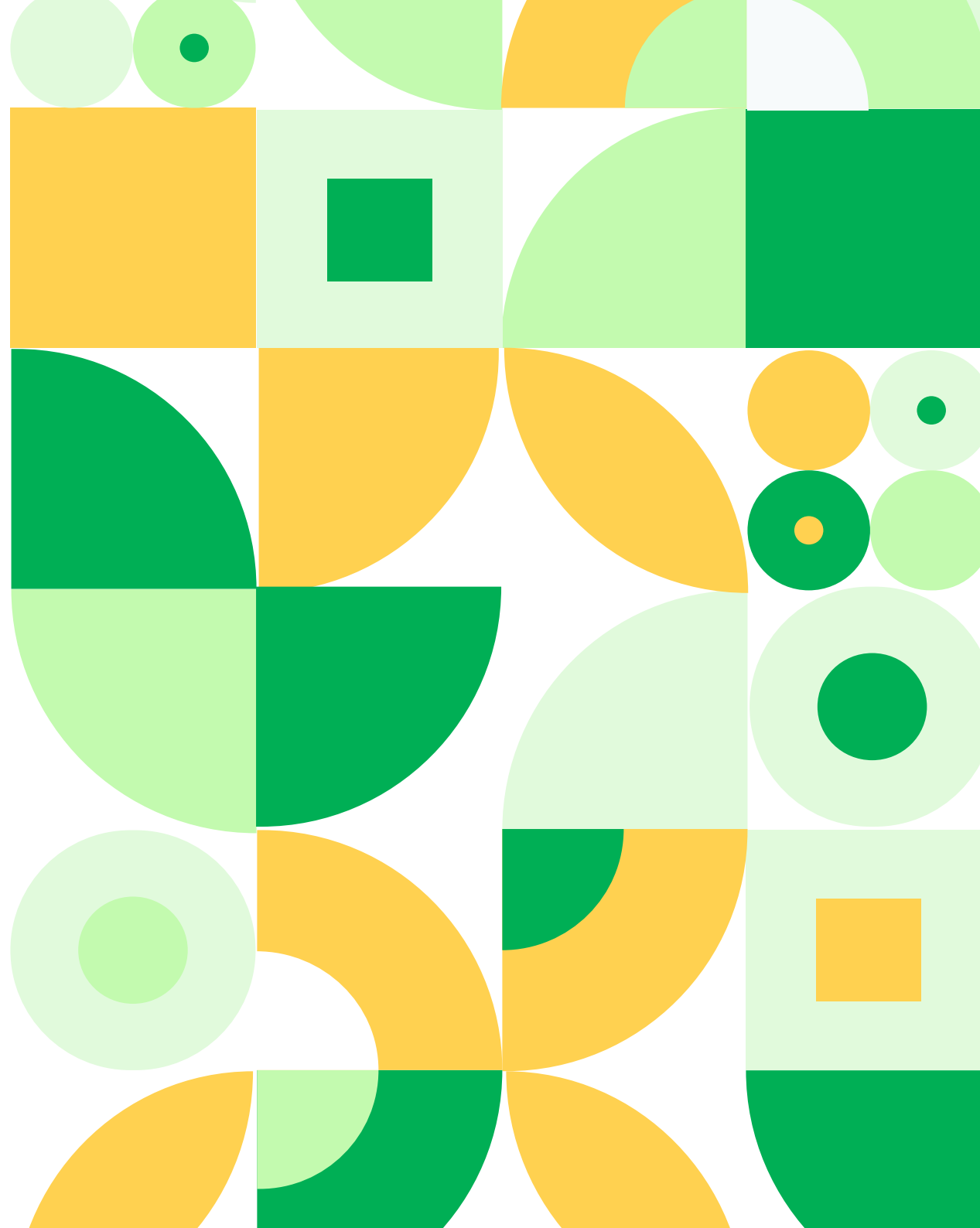


Abril, 2023

Stone Varejo

Abril desacelera
e tem queda de 7,7%
em relação a 2022



Sumário

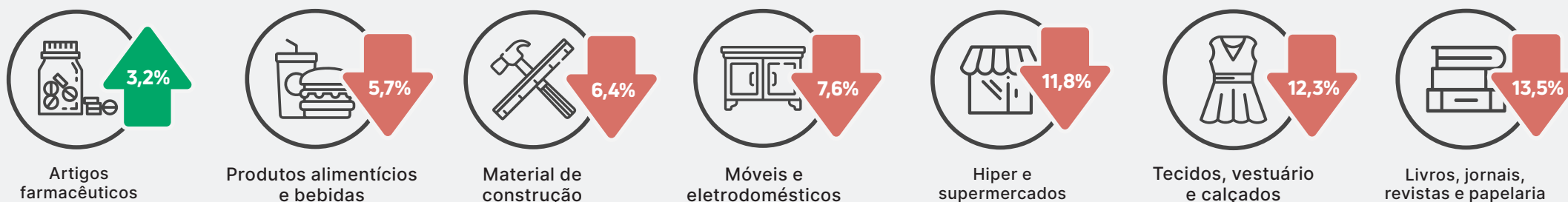
A StoneCo é uma provedora líder em **tecnologia financeira** e **soluções de software** que empodera empreendedores na gestão e na expansão de seus negócios, permitindo que realizem suas vendas em múltiplos canais de maneira integrada e sem atrito. Esse propósito coloca a Companhia em contato direto com milhões de comerciantes de diversos portes e segmentos em todo o território nacional, capturando dados que podem auxiliar na avaliação do desenvolvimento econômico do país. Foi com esse objetivo que desenvolvemos o **Índice de Atividade Econômica Stone Varejo**, calculado com dados públicos da Receita Federal e dados transacionais de cartão dos clientes do grupo StoneCo. Nesta quarta edição, trazemos os resultados de abril de 2023.¹

O varejo sofreu **queda de 7,7% em abril** no comparativo anual do volume de vendas, mantendo o cenário de baixa em relação a 2022 identificado nos meses anteriores. Em março, no entanto, havia uma expectativa de melhora, derivada do crescimento do índice restrito² e da variação mensal, cujo resultado não se repetiu em abril: o índice restrito³ mostrou **queda de 6,1% no comparativo anual**, enquanto o comparativo mensal sazonalmente ajustado registrou uma queda de **1,7% no volume de vendas entre março e abril**. Sendo assim, a

atividade econômica se manteve em nível inferior ao visto no ano passado e não apresentou sinais de melhora. Cabe ressaltar que foi um mês com **maior número de feriados não comerciais prolongados**, o que tende a afetar os resultados do comércio varejista.

Na análise setorial, **seis dos sete segmentos analisados apresentaram retração no volume de vendas** em relação a abril de 2022. A exceção foi o setor de *Artigos Farmacêuticos*, que continuou a trajetória de recuperação iniciada em meses anteriores, com crescimento de 3,2% na comparação com abril de 2022. Na direção oposta, o setor de *Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo* sofreu queda de 5,7% na mesma comparação anual.

Em relação aos estados, o diagnóstico de queda abrangente se mantém: **apenas o comércio varejista do Amapá e do Acre apresentou crescimento em abril** em relação ao mesmo período de 2022, com ambos os estados tendo registrado aumento de 0,4% no volume de vendas. Do lado negativo, o *Rio Grande do Sul* foi um destaque: depois de já ter tido uma das maiores retrações de março, o varejo gaúcho registrou queda de 10,5% em abril na comparação anual. Apenas *Rio Grande do Norte* e *Alagoas* apresentaram uma queda maior, de 18,2% e 14,9%, respectivamente.



1. Os dados referem-se a variação anual ou mensal. No caso da anual, o índice é um comparativo entre o mês e o mesmo mês do ano anterior. Nesta edição, o índice de abril é uma comparação entre abril de 2023 e abril de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre abril de 2023 e março de 2023.

2. Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*.

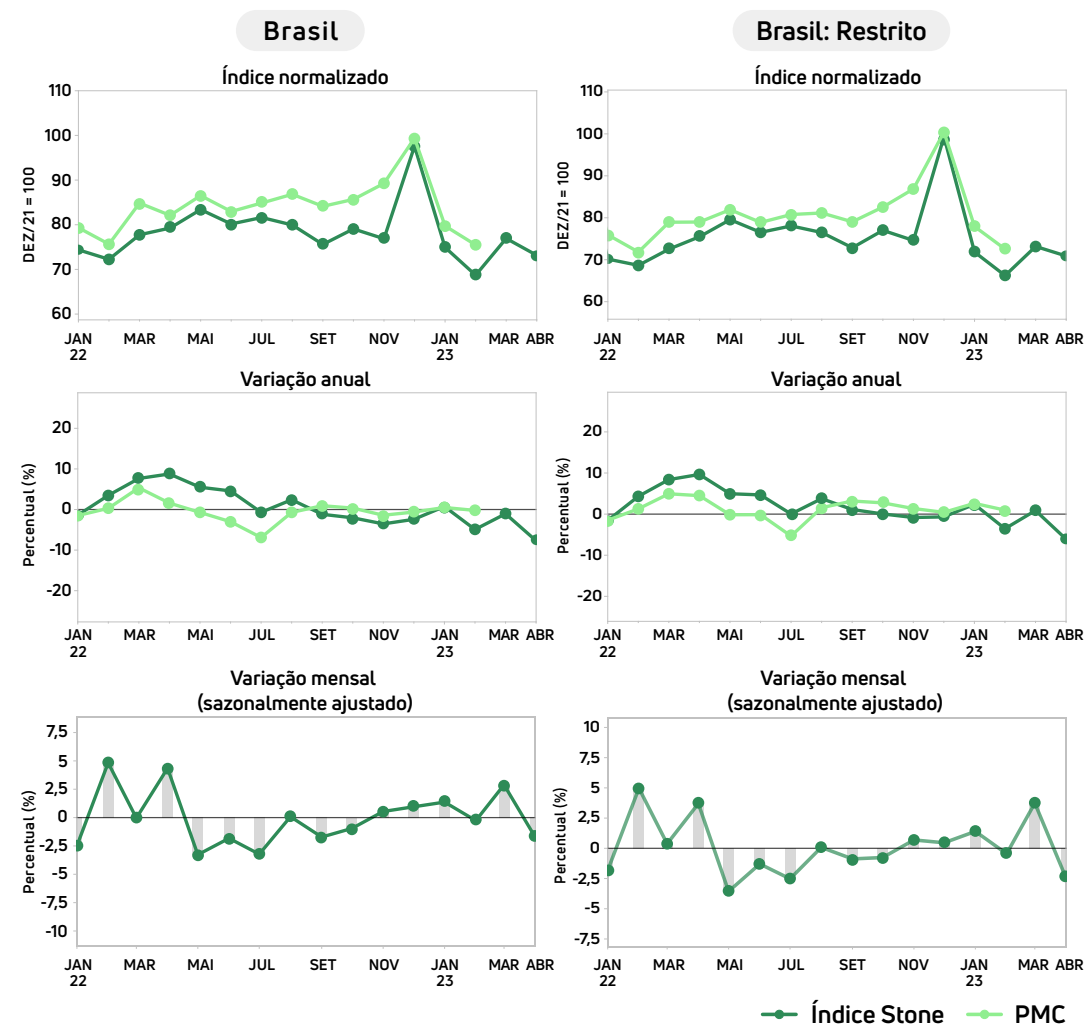
3. Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*.

Índices & Variação Anual

BRASIL

Na quarta edição do Stone Varejo, analisamos o status da atividade econômica em abril de 2023⁴. Os resultados da variação anual mostram que, os sinais iniciais de recuperação vistos em março não se consolidaram e **o varejo apresentou piora disseminada em abril**, mantendo níveis de atividade inferiores aos de 2022. Examinando apenas o índice geral, a queda no comparativo anual foi de 7,7%. Essa queda já vinha sendo identificada em relatórios anteriores, mas o fato de o varejo ter registrado crescimento no índice restrito⁵ e na variação mensal em março suscitou a uma expectativa de melhora. Tais resultados, no entanto, não se repetiram em abril: **o índice restrito⁶ caiu 6,1% no comparativo anual e o comparativo mensal sazonalmente ajustado registrou queda de 1,7%**. Sendo assim, a atividade econômica se mantém num nível inferior ao visto no ano passado e não apresenta sinais de melhora. Cabe ressaltar que foi um mês com maior número de feriados não comerciais prolongados, o que tende a afetar os resultados do comércio varejista.

Figura 1 | Índice Stone Varejo: Brasil e Brasil Restrito^{7,8}



4. Os dados referem-se a variação anual ou mensal. No caso da anual, o índice é um comparativo entre o mês e o mesmo mês do ano anterior. Nesta edição, o índice de abril é uma comparação entre abril de 2023 e abril de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre abril de 2023 e março de 2023.

5. Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*.

6. Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*.

7. Ver seção "Tabela de dados" para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

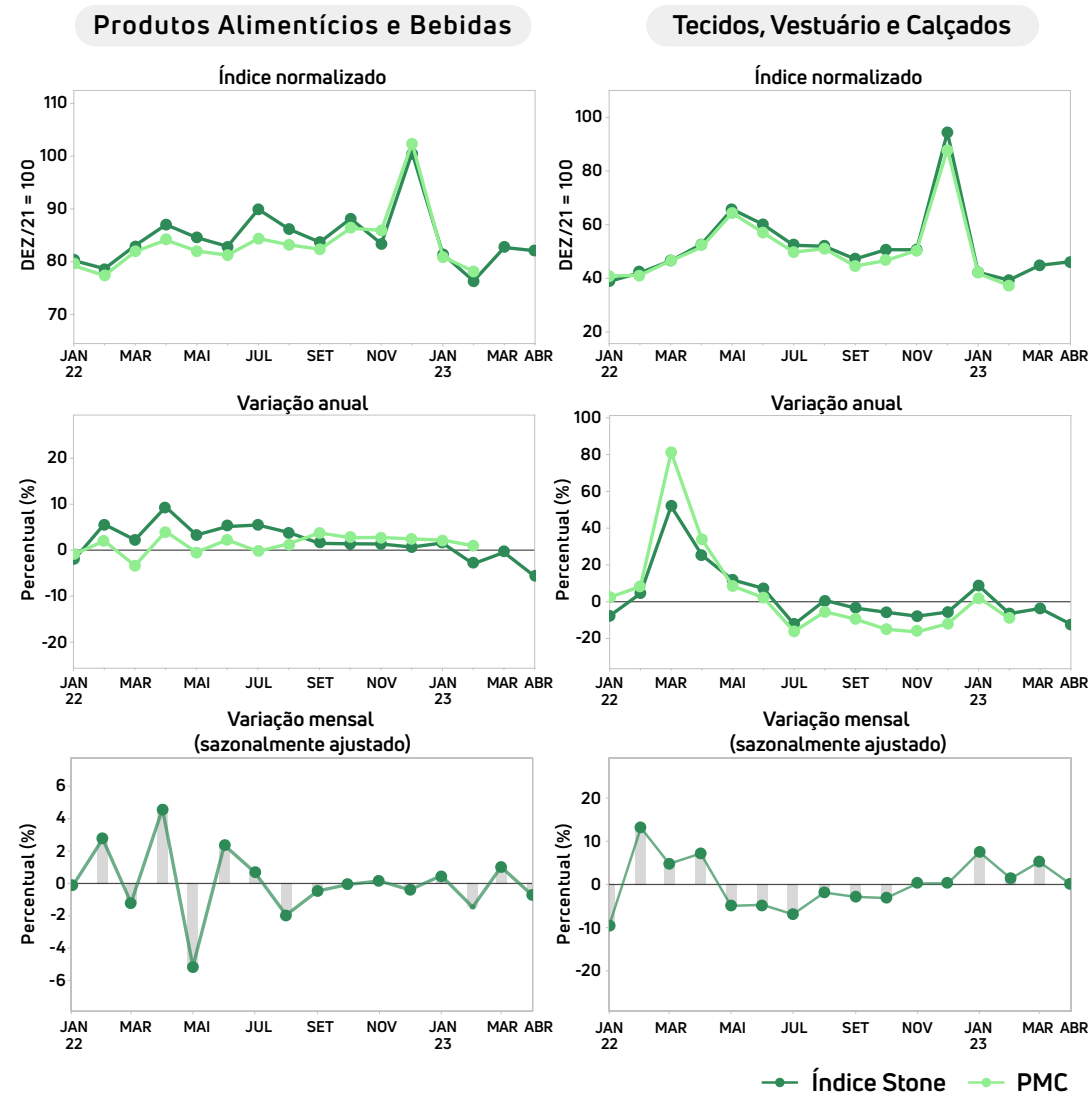
8. Índice normalizado: indicador dividido por seu valor em dezembro de 2021. Brasil Restrito: exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*.

Na análise setorial, **seis dos sete segmentos analisados apresentaram retração no volume de vendas em relação a abril de 2022**. Na **Figura 2** é possível observar o cenário para os setores de *Produtos Alimentícios e Bebidas* (que contém o subsetor de *Hipermercados e Supermercados*) e *Tecidos, Vestuário e Calçados*. O primeiro registrou expressiva **queda de 5,7%** em abril de 2023 em relação a abril de 2022, o que chama a atenção, pois o setor vinha conseguindo evitar grandes perdas e mantinha o nível de atividade em bons níveis em relação aos demais segmentos, mesmo sofrendo há meses com as perdas do subsegmento de *Hipermercados e Supermercados*.

Passando para *Tecidos, Vestuário e Calçados*, o resultado é semelhante: uma forte queda na comparação anual, com **redução de 12,3% no volume de vendas**. O setor difere, no entanto, pelo fato de há três meses apresentar melhora no comparativo mensal. Ainda que tenha sido um resultado tímido, o setor registrou **0,1% de aumento no volume de vendas** em relação a março.



Figura 2 | Índice Stone Varejo: Produtos Alimentícios e Bebidas e Tecidos, Vestuário e Calçados^{9,10}



9. Ver seção “Tabela de Dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

10. Índice normalizado: indicador dividido por seu valor em dezembro de 2021.

Os resultados de *Material de Construção e Móveis e Eletrodomésticos*, apresentados na **Figura 3**, seguem na mesma linha. A variação anual¹¹ da atividade econômica de *Material de Construção*, especificamente, teve **queda de 6,4%**, uma retração significativa. No entanto, foi o setor de *Móveis e Eletrodomésticos* que mais chamou a atenção: o **volume de vendas caiu 7,6% em comparação com abril de 2022**, revertendo a tendência de preferência por bens duráveis que vinha sendo observada ao longo dos últimos meses.

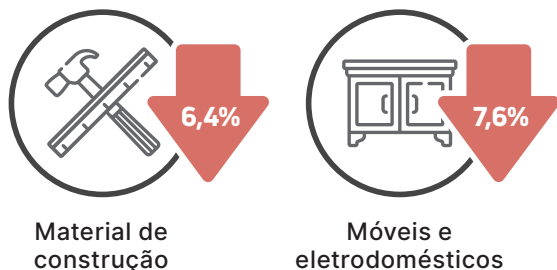
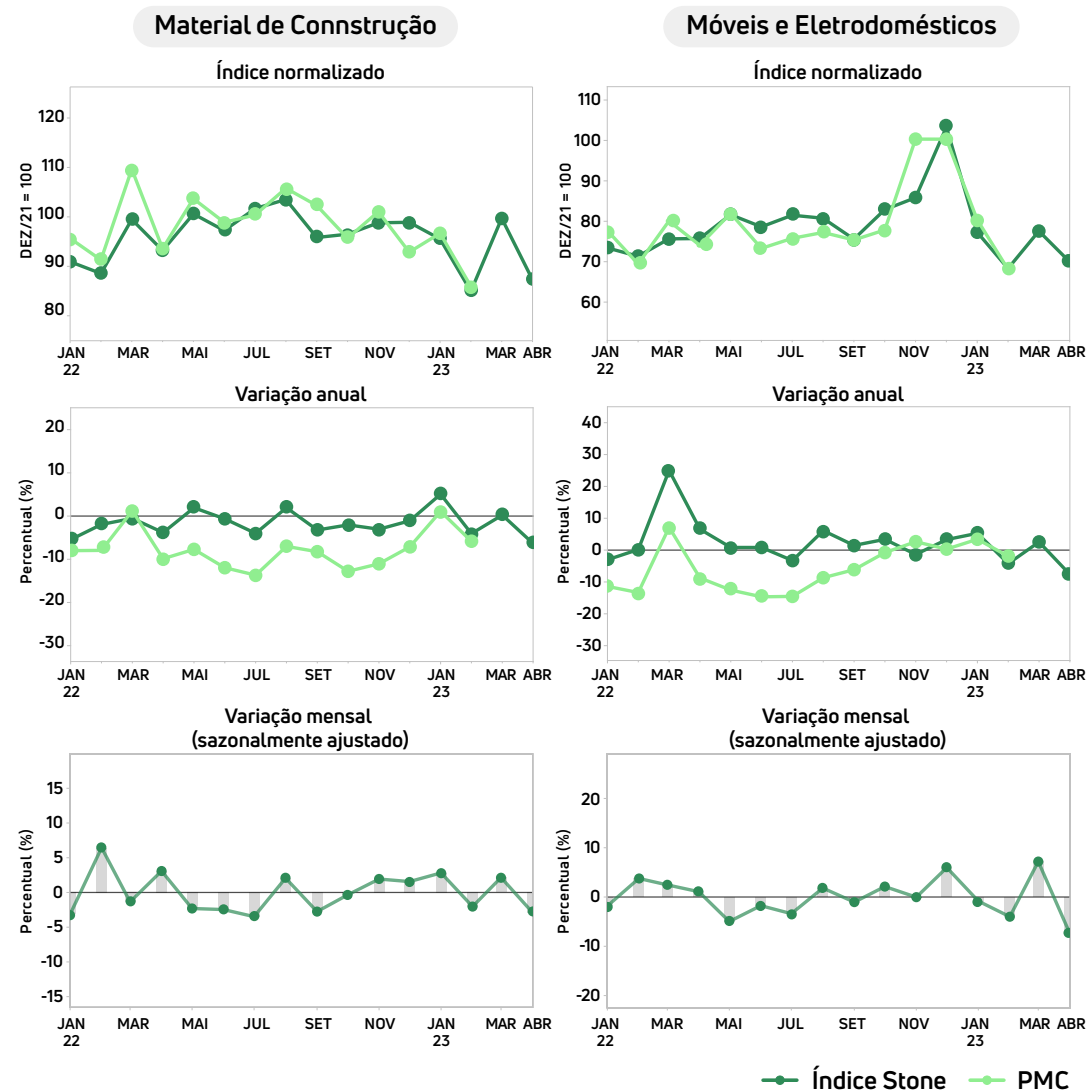


Figura 3 | Índice Stone Varejo : Material de Construção e Móveis e Eletrodomésticos^{12,13}



11. Os dados são apresentados como variação anual, ou seja, o índice é um comparativo entre o mês e o mesmo mês do ano anterior. Nesta edição, o índice de abril é uma comparação entre abril de 2023 e abril de 2022.
 12. Ver seção “Tabela de Dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.
 13. Índice normalizado: indicador dividido por seu valor em dezembro de 2021.

A **Figura 4** traz os dados dos setores *Hipermercados e Supermercados* e *Artigos Farmacêuticos*, que repetiram o padrão de março e apresentaram resultados bastante opostos entre si: **destaque negativo e positivo**, respectivamente. O primeiro continua numa constante descendente desde novembro de 2022, mapeada em todas as edições deste relatório. Em abril, a **queda foi de representativos 11,8%**. Em março, foi o único a ainda apresentar piora no comparativo mensal sazonalmente ajustado, com queda de 3% entre fevereiro e março (dado revisado¹⁴ após divulgação inicial de queda de 3,3%). Na direção oposta, o segmento de *Artigos Farmacêuticos* vem sustentando a recuperação iniciada em fevereiro. Depois de já ter sido um dos dois únicos setores a crescer em março — quando registrou alta de 11% na comparação anual (dado revisado¹⁵ após divulgação inicial de crescimento de 10%) —, registrou **nova alta de 3,2%** na mesma métrica e de **0,5% na variação mensal** sazonalmente ajustada.

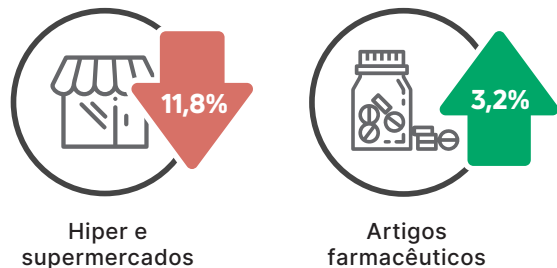
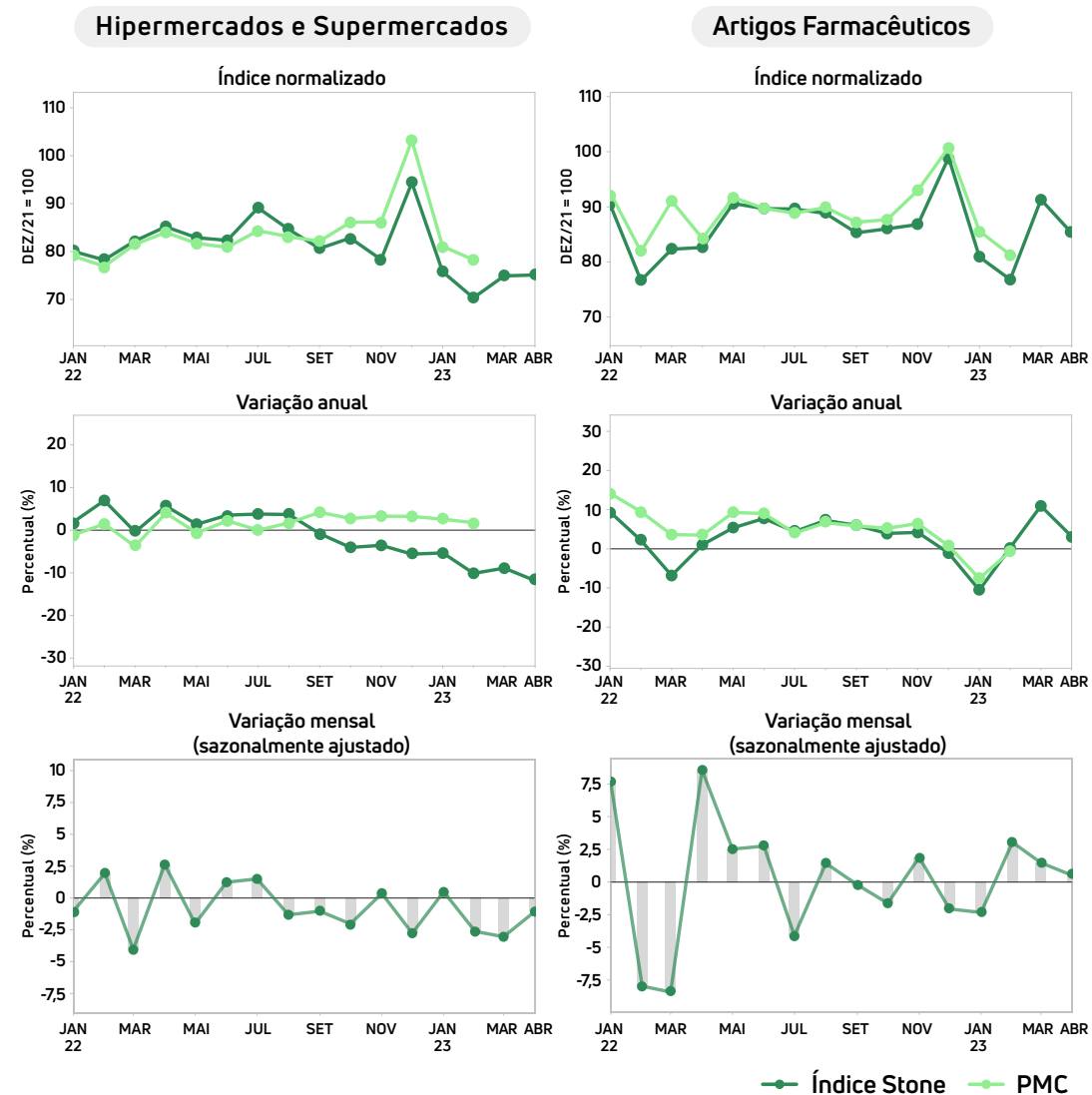


Figura 4 | Índice Stone Varejo: Hipermercados e Supermercados e Artigos Farmacêuticos^{16,17}



14. A metodologia utilizada faz com que os números divulgados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

15. A metodologia utilizada faz com que os números divulgados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

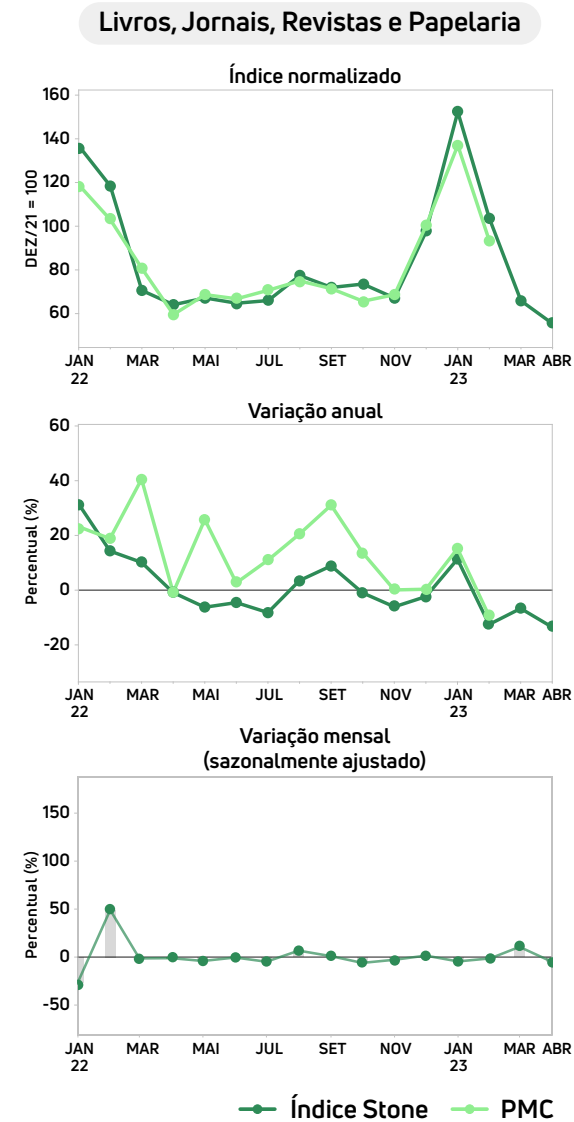
16. Ver seção “Tabela de Dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

17. Índice normalizado: indicador dividido por seu valor em dezembro de 2021.

Por fim, a **Figura 5** traz os resultados do setor de *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria*. O diagnóstico é o mesmo identificado no comércio varejista em geral: uma **forte queda na variação anual**. Mais especificamente, a atividade do setor **retraiu representativos 13,5%** em comparação com abril de 2022, acumulando resultados negativos, depois de também apresentar queda de 6,7% na comparação anual em março (dado revisado¹⁸ após divulgação inicial de queda de 9,2%).



Figura 5 | Índice Stone Varejo: Livros, Jornais, Revistas e Papelaria^{19,20}



18. A metodologia utilizada faz com que os números divulgados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

19. Ver seção “Tabela de dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

20. Índice normalizado: indicador dividido por seu valor em dezembro de 2021.

Índices & Variação Anual

ESTADOS

A Figura 6 mostra a variação anual do Índice Stone Varejo Restrito²¹ por estado. O resultado chama a atenção pelo fato de apenas dois estados apresentarem melhora na atividade econômica: **Acre e Amapá**, ambos com **crescimento de 0,4%** em relação a abril de 2022. Isso significa que abril foi o primeiro mês do ano em que o varejo do *Espírito Santo* registrou queda no volume de vendas, de 2,9%. Ainda assim, o estado teve a menor queda do eixo Sul-Sudeste. Por outro lado, o **Rio Grande do Sul** não só chamou a atenção pela **forte queda de 10,5%** em relação a abril de 2022 — uma das maiores em nível nacional, atrás apenas do **Rio Grande do Norte**, com **18,2%**, e de **Alagoas**, com **14,9%** —, mas por também ter ficado entre os piores resultados em março, com retração de 4,5% (dado revisado²² após divulgação inicial de queda de 5,2%).

Apesar do resultado do *Rio Grande do Sul* chamar a atenção, foram os **estados do Nordeste que mais sofreram com a queda na atividade econômica** na comparação anual de abril: os nove estados da região registraram queda no volume de vendas acima de 5%, e seis entre os 10 piores resultados em nível nacional foram registrados na região, com *Rio Grande do Norte* e *Alagoas* tendo apresentado os dois piores resultados do país nessa comparação, com retração representativa de 18,2% e 14,9%, respectivamente.

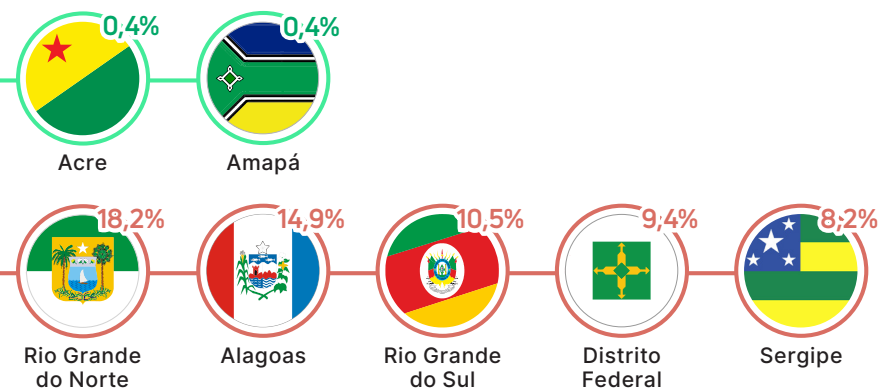
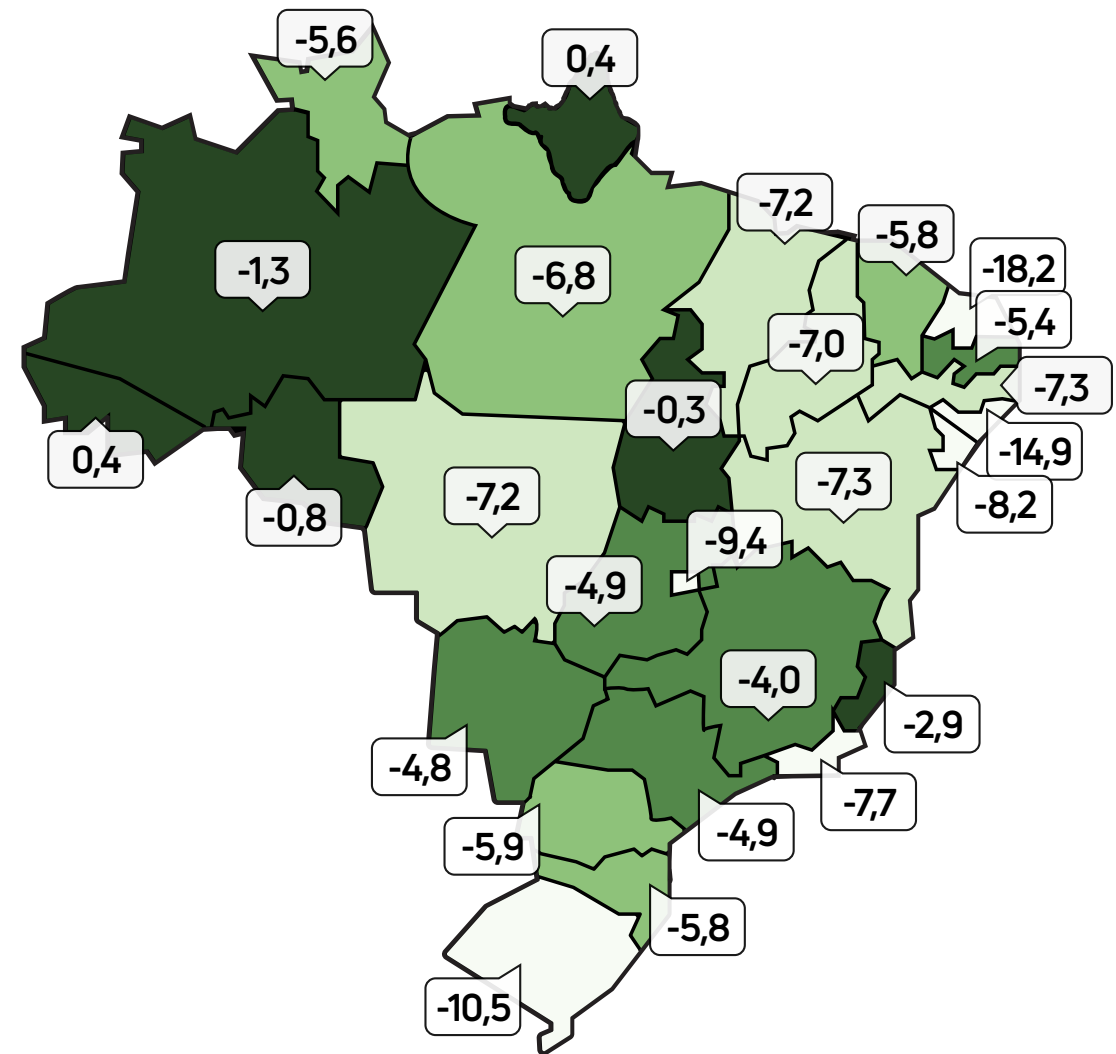


Figura 6 | Variação anual do índice Stone Varejo por estado (%)



21. Variação anual: o índice é um comparativo entre o mês e o mesmo mês do ano anterior. Nesta edição, o índice de fevereiro é uma comparação entre abril de 2023 e abril de 2022. Mais especificamente, o índice restrito de abril de 2023 em comparação com o índice restrito de abril de 2022.

22. A metodologia utilizada faz com que os números divulgados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

Tabela de dados

	Variação Mensal (%) Sazonalmente Ajustada			Variação Anual (%)		
	FEV/23	MAR/23	ABR/23	FEV/23	MAR/23	ABR/23
Índice Stone	-0,3	2,9	-1,7	-4,9	-1,1	-7,7
Índice Stone Restrito	-0,4	3,7	-2,4	-3,5	0,9	-6,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,0	1,5	0,5	0,2	11,0	3,2
Hipermercados e supermercados	-2,6	-3,0	-1,0	-10,1	-8,9	-11,8
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,5	1,0	-0,7	-3,0	-0,5	-5,7
Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,3	10,6	-4,8	-12,5	-6,7	-13,5
Material de construção	-2,0	2,2	-2,9	-4,1	0,2	-6,4
Móveis e eletrodomésticos	-4,0	7,2	-7,4	-4,2	2,6	-7,6
Tecidos, vestuário e calçados	1,4	5,2	0,1	-6,5	-3,7	-12,3

Metodologia

O maior desafio de elaborar um indicador de atividade econômica com base nos dados transacionais brutos de vendas de bens e serviços está em **separar as decisões da Companhia dos reais movimentos da atividade de vendas do varejo**. Para isso, precisamos contornar alguns pontos, como:

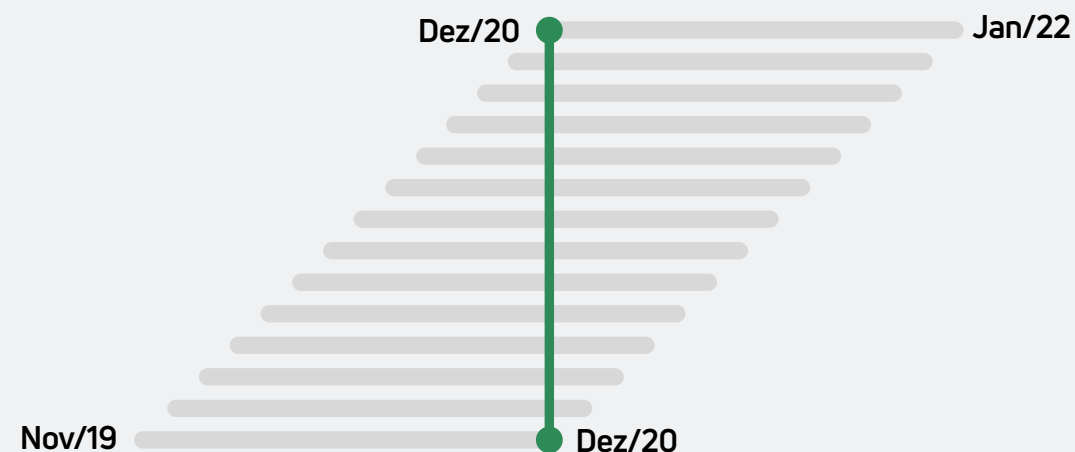
- 1 a base total de clientes cresce ao longo do tempo;
- 2 clientes podem ter mais de um provedor de aquisição e podem fazer essa escolha de forma indiscriminada;
- 3 aumenta a cada ano o percentual de pagamentos por cartão.

Para endereçar esses efeitos, utilizamos uma metodologia proposta pelo time de **Consumer Finance do Federal Reserve Board (Fed)**, que procura, de forma muito semelhante, construir esse mesmo tipo de indicador econômico para os Estados Unidos.²³

O método consiste em colher dados organizados por data, segmento (MCC/CNAE) e localização e agrupá-los em amostras fechadas de 14 meses (*14-month constant-merchant samples*), isto é, amostras que contenham apenas clientes que transacionaram durante 14 meses consecutivos. Tais amostras são construídas de forma que a amostra **s+1** comece no segundo mês da amostra **s** e, portanto, termine um mês à frente.

Feito isso, uma vez que o volume total de vendas (TPV²⁴) de cada amostra pode crescer ou diminuir entre as amostras, tomamos os

períodos que coincidem entre cada uma delas e definimos um coeficiente de correção/ponderação, de modo a deixá-las com o mesmo nível, ou seja, com o mesmo volume de vendas. Dessa forma, o índice de determinado mês será a média ponderada (pelos fatores de correção) das **n** amostras que contenham o referido mês. O diagrama abaixo mostra, como exemplo, o índice de dezembro de 2020: ele será a **média ponderada do volume de vendas de dezembro de 2020 de todas as 14 amostras presentes**.



Assim, **quanto maior o histórico utilizado, maior o volume de amostras presentes no indicador**, o que o torna mais robusto. Isso faz com que as limitações inerentes de uma base menor de clientes sejam mitigadas, ao mesmo tempo que não nos restringe a apenas uma amostra fixa de clientes, o que poderia resultar em viés no indicador.

23. Aditya Aladangady, Shifrah Aron-Dine, Wendy Dunn, Laura Feiveson, Paul Lengermann & Claudia Sahm, 2021. "From Transaction Data to Economic Statistics: Constructing Real-Time, High-Frequency, Geographic Measures of Consumer Spending." NBER Chapters, in: Big Data for Twenty-First-Century Economic Statistics. <https://www.federalreserve.gov/econres/feds/files/2019057pap.pdf>

24. TPV : Total Purchased Volume.



instituto

Propague

stone