

Junho, 2023

# Stone Varejo

Apesar da queda de 4,2%  
em junho, setor começa  
a sinalizar estabilidade



## 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 sexta edição, trazemos os resultados de junho de 2023<sup>1</sup>.

Em 2023, junho foi o terceiro mês consecutivo de **queda no varejo, com retração de 4,2% no volume de vendas em relação ao mesmo mês de 2022**. A comparação com maio<sup>2</sup>, no entanto, aponta para uma estabilização do cenário. Mais especificamente, os dados mostram leve queda de 0,1% no índice ampliado e alta de 0,3% no índice restrito entre maio e junho. Assim, apesar de os níveis de atividade permanecerem inferiores aos de 2022, há um potencial de estabilização.

A análise setorial acompanha tal diagnóstico: embora o volume de

vendas tenha caído na comparação com 2022 em **todos os sete setores acompanhados, quatro deles cresceram em relação a maio**. Adicionalmente, a média das variações mensais dos segmentos foi de apenas 0,04%, reforçando o diagnóstico de estabilização na comparação mensal. Quanto aos estados, o diagnóstico de queda abrangente na comparação com 2022 também se mantém. Em maio apenas quatro estados haviam registrado crescimento do comércio varejista, enquanto em junho foram cinco os estados que cresceram: Acre (9,8%), Mato Grosso do Sul (4,9%), Rondônia (2,8%), Espírito Santo (1,2%) e Santa Catarina (0,8%). Olhando para os destaques negativos, os resultados de junho repetem os de maio: o Rio Grande do Norte e o Rio Grande do Sul apresentaram as piores quedas na comparação anual, com 11,4% e 9,5% de retração, respectivamente; e o Rio Grande do Sul figurou entre os destaques negativos pelo quarto mês consecutivo.

Indo além dos resultados de junho e analisando o primeiro semestre de 2023 como um todo, o **comércio varejista ampliado apresentou queda de 3,4%** no volume de vendas em relação ao mesmo período de 2022 e o **restrito registrou retração de 2,1%** na mesma comparação. Ambos os resultados refletem o impacto do cenário econômico atual no varejo – alta dos juros, do comprometimento da renda das famílias e da inadimplência<sup>3</sup>.



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 junho é uma comparação entre junho de 2023 e junho de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre junho de 2023 e maio de 2023.

2. Comparativo mensal sazonalmente ajustado.

3. Ref.: Propague / Stone - Mercado de crédito em dados.

# Índices & Variação Anual

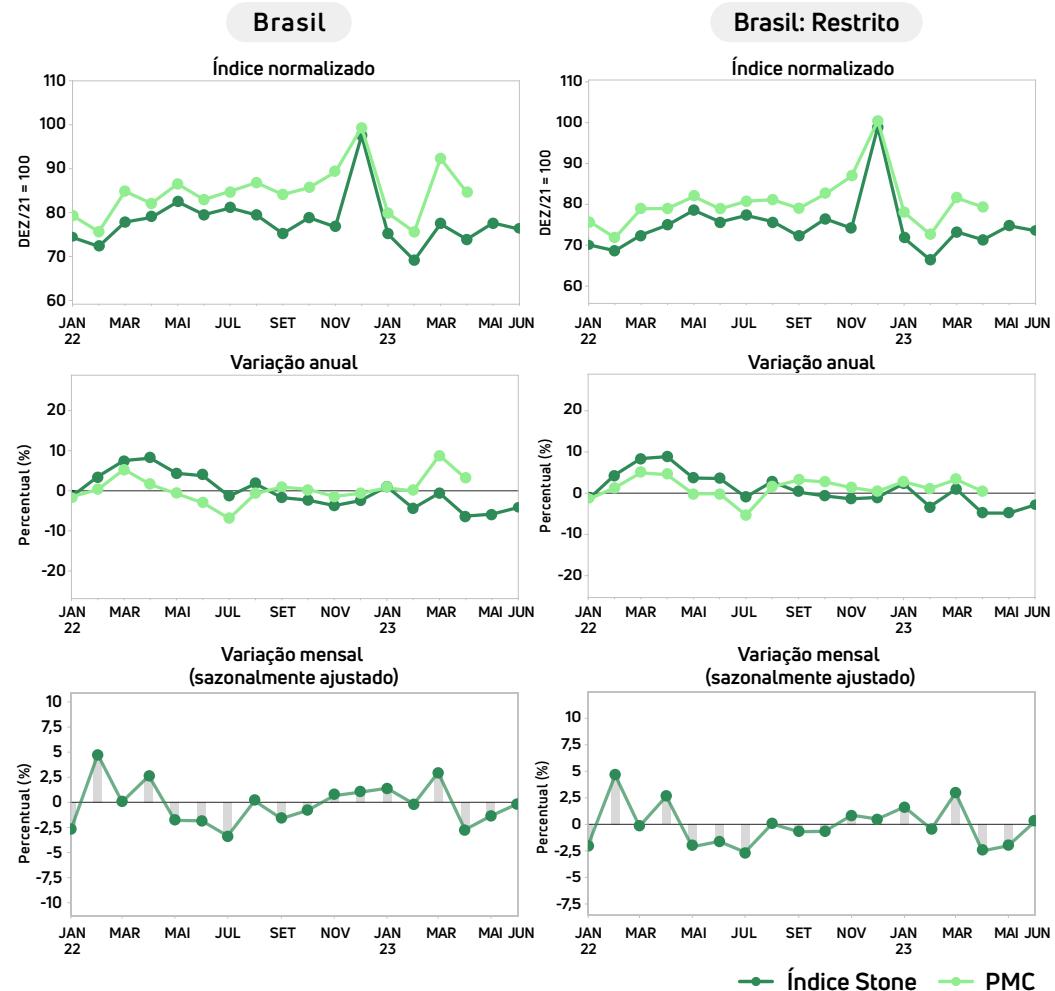
## BRASIL

**N**a sexta edição do Stone Varejo, analisamos o status da atividade econômica em junho de 2023<sup>4</sup>. Os resultados do índice ampliado apontam **retração de 4,2% na comparação com junho de 2022**. Esse resultado negativo vem na sequência da queda de 5,8% identificada em maio ( dado revisado<sup>5</sup> após divulgação inicial de queda de 6,9%) e representa o terceiro mês consecutivo de retração da atividade varejista.

O resultado do índice restrito<sup>6</sup> segue o do ampliado: **queda de 2,8% na comparação com junho de 2022**, repetindo o resultado negativo de maio, quando o volume de vendas caiu 4,8% ( dado revisado<sup>7</sup> após divulgação inicial de queda de 6,5%). Apesar dessa manutenção da atividade em níveis inferiores aos de 2022, a comparação de junho com maio<sup>8</sup> sugere uma estabilização do cenário. Mais especificamente, os dados apontam **leve queda de 0,1% no índice ampliado e alta de 0,3% no índice restrito**.

Na análise setorial, os resultados de junho apontam na mesma direção apresentada acima: **o volume de vendas caiu em todos os setores na comparação anual**, mas quatro deles cresceram em relação a maio. A estabilização da queda sugerida pelos resultados da comparação mensal ainda é reforçada pelo fato de a média das variações mensais dos segmentos ter sido de apenas 0,04%.

Figura 1 | Índice Stone Varejo: Brasil e Brasil Restrito<sup>9,10</sup>



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 junho é uma comparação entre junho de 2023 e junho de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre junho de 2023 e maio de 2023.

5. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

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

7. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

8. Comparativo mensal sazonalmente ajustado.

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. Brasil Restrito: exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*.

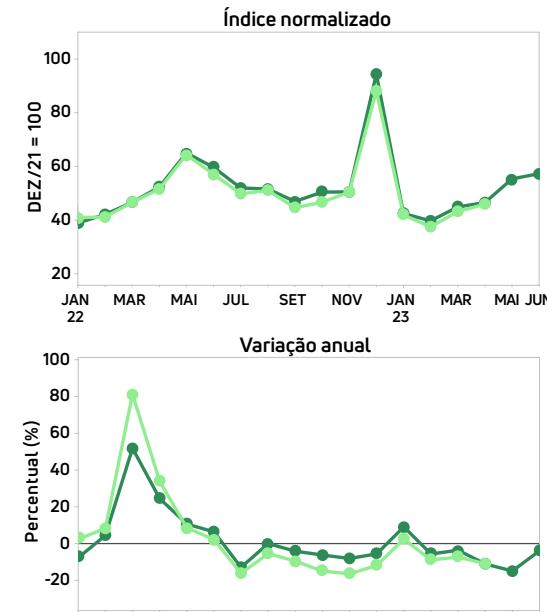
A **Figura 2** mostra tal cenário para os setores de *Tecidos, Vestuário e Calçados* e *Produtos Alimentícios e Bebidas* (que contém o subsetor de Hipermercados e Supermercados). O primeiro sofreu **queda de 3,9% em junho** após forte queda de 14,9% em maio (dado revisado, após divulgação inicial de 16,1%). Esse resultado representa o quarto mês consecutivo de retração no segmento. Não obstante, a sequência de resultados negativos é contrastada pelo **crescimento de 4,2% na comparação entre junho e maio<sup>11</sup> de 2023**, o primeiro sinal positivo para o setor desde fevereiro.

O segmento de *Produtos Alimentícios e Bebidas* segue a mesma direção: **queda de 3,4% tanto em junho quanto em maio** (dado de maio revisado, após divulgação inicial de queda de 5,5%) na comparação anual, mas **crescimento de 0,4% no indicador mensal**.

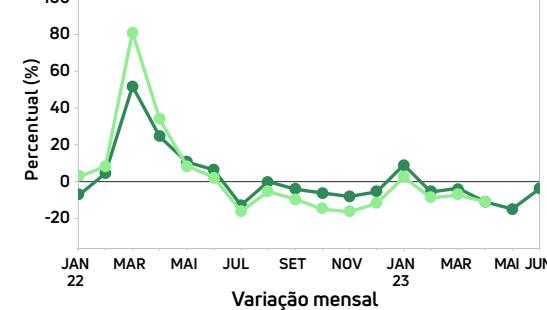


**Figura 2 | Índice Stone Varejo: Produtos Alimentícios e Bebidas e Tecidos, Vestuário e Calçados<sup>7,8</sup>**

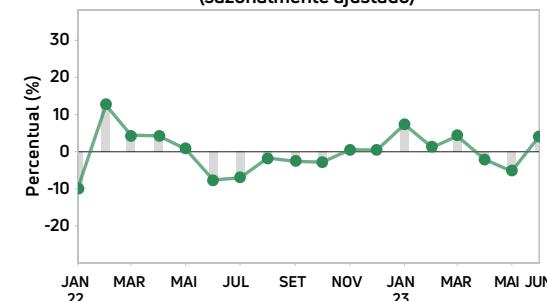
**Tecidos, Vestuário e Calçados**



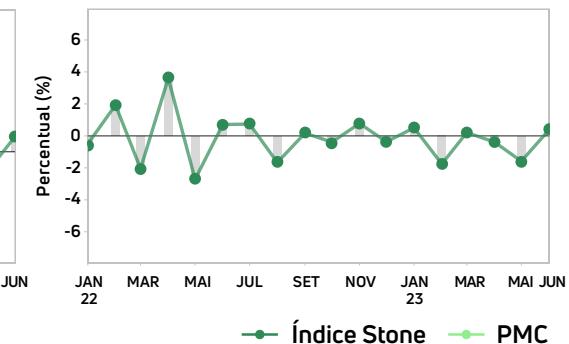
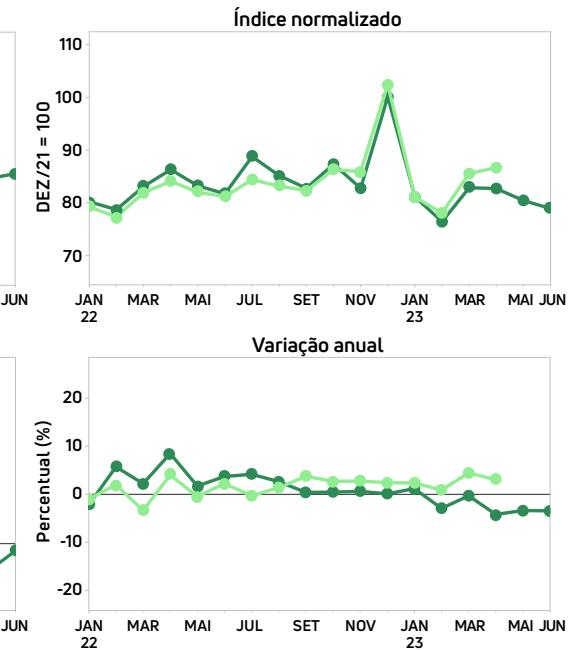
**Variação anual**



**Variação mensal (sazonalmente ajustado)**



**Produtos Alimentícios e Bebidas**

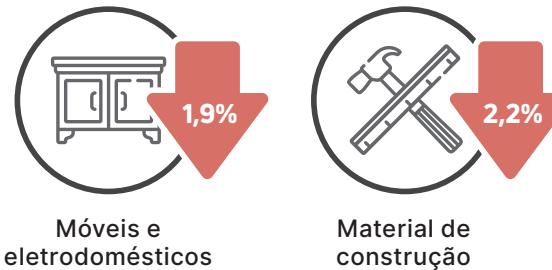


11. Comparativo mensal sazonalmente ajustado.

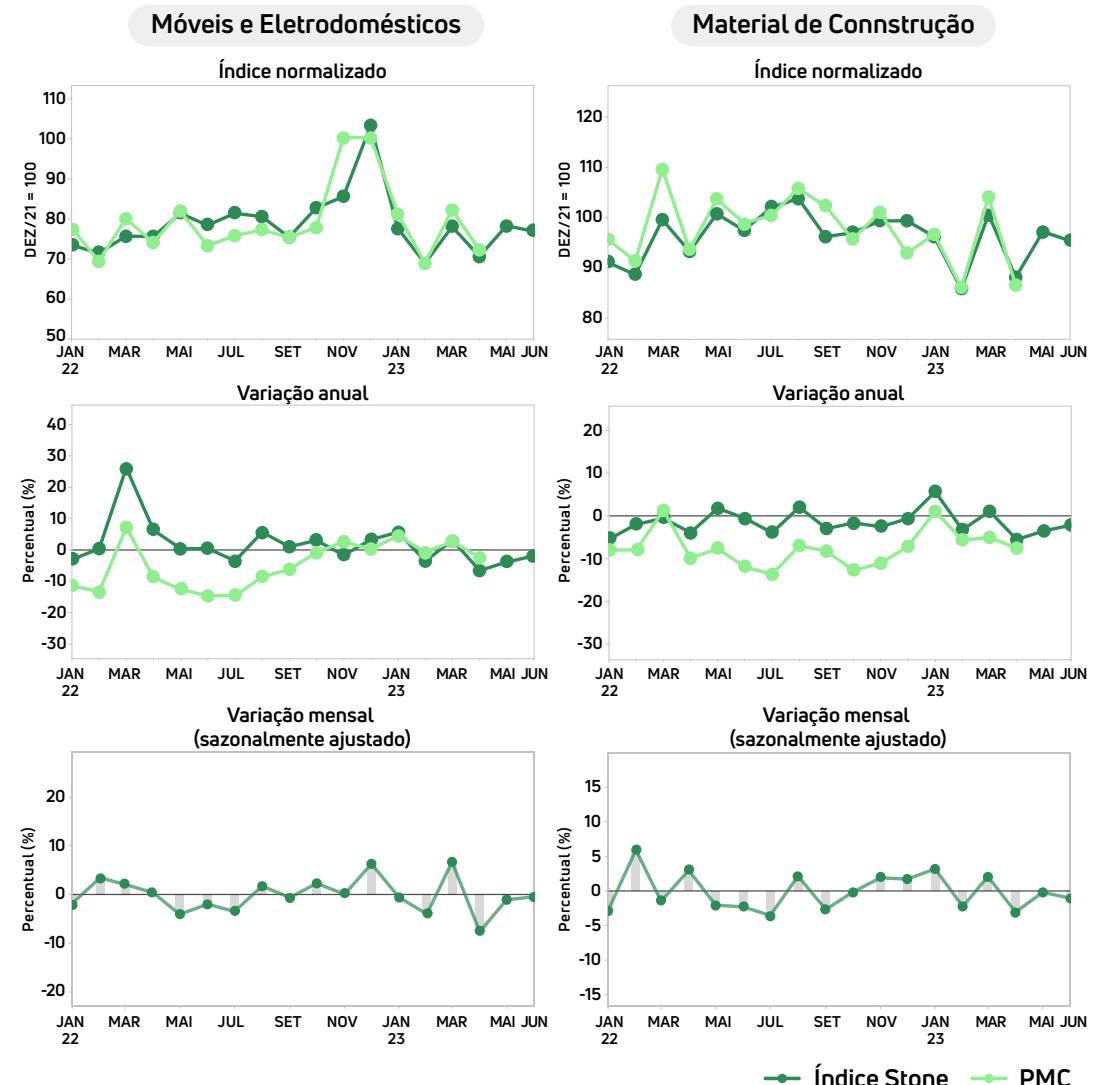
12. Ver seção “Tabela de dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

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

Os resultados de *Móveis e Eletrodomésticos*, apresentados na **Figura 3**, seguem a mesma linha. O volume de vendas apresentou **queda de 1,9% no comparativo anual**, a terceira consecutiva para o setor, que sofre os efeitos dos juros e da inadimplência elevados. No entanto, a retração na comparação mensal sazonalmente ajustada foi de apenas 0,5%, indicando possível estabilização. Em *Material de Construção*, por sua vez, a queda ocorreu tanto na comparação anual quanto na mensal: 2,2% e 1%, respectivamente.



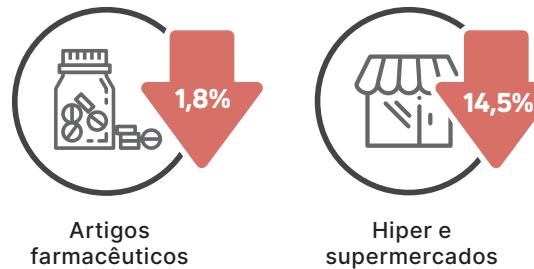
**Figura 3 | Índice Stone Varejo : Material de Construção e Móveis e Eletrodomésticos<sup>9,10</sup>**



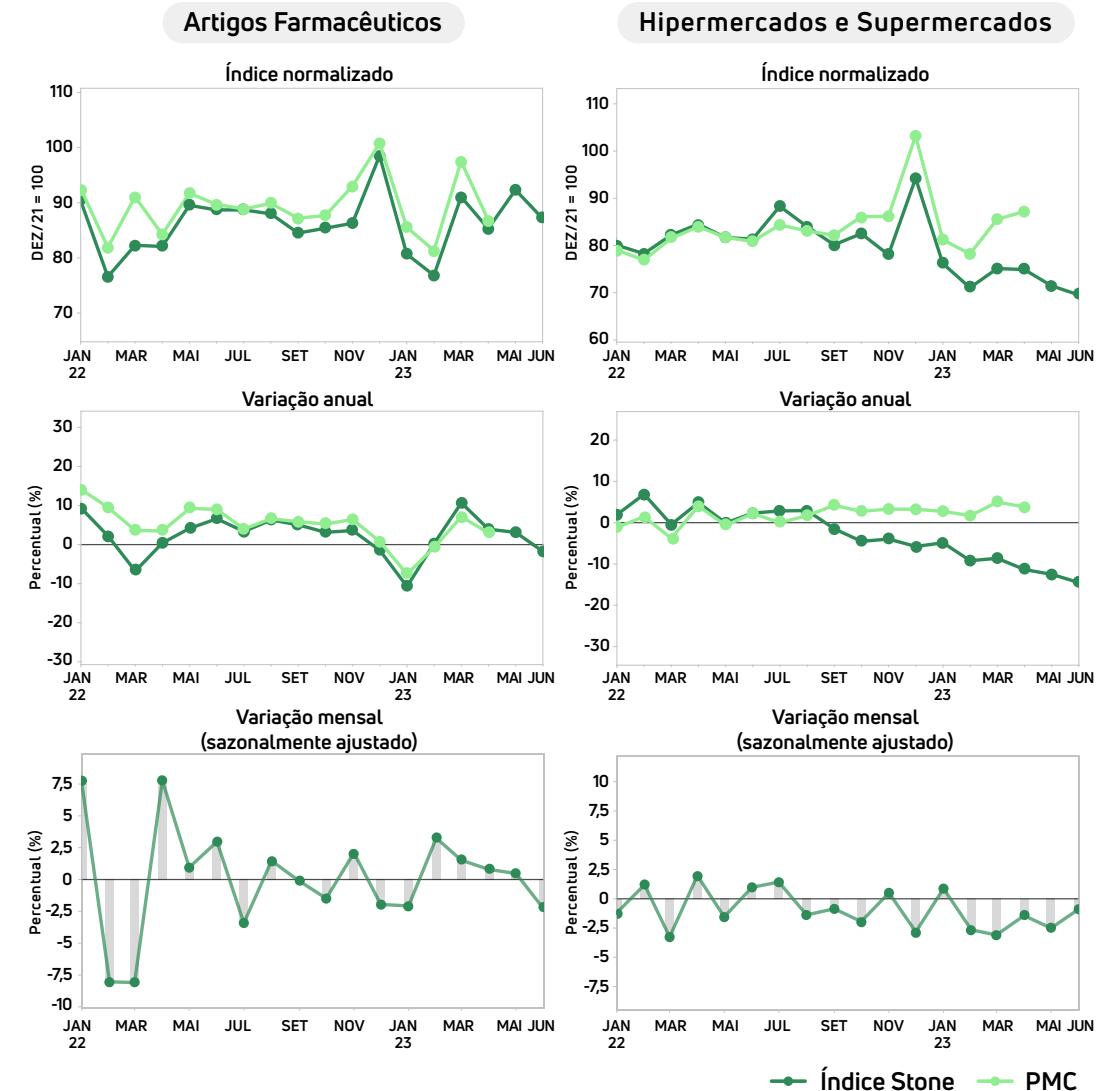
14. Ver seção “Tabela de Dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

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

A **Figura 4** traz os dados dos setores *Artigos Farmacêuticos* e *Hipermercados e Supermercados*. O resultado de *Artigos Farmacêuticos* reverte três meses seguidos de alta, com queda no volume de vendas de 1,8% na comparação anual e de 2,3% na mensal. O mesmo cenário também é identificado em *Hipermercados e Supermercados*, com queda de 14,5% no comparativo anual e de 0,9% no comparativo mensal<sup>16</sup>.



**Figura 4 | Índice Stone Varejo: Hipermercados e Supermercados e Artigos Farmacêuticos**<sup>17,18</sup>



16. Comparativo mensal sazonalmente ajustado.

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

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

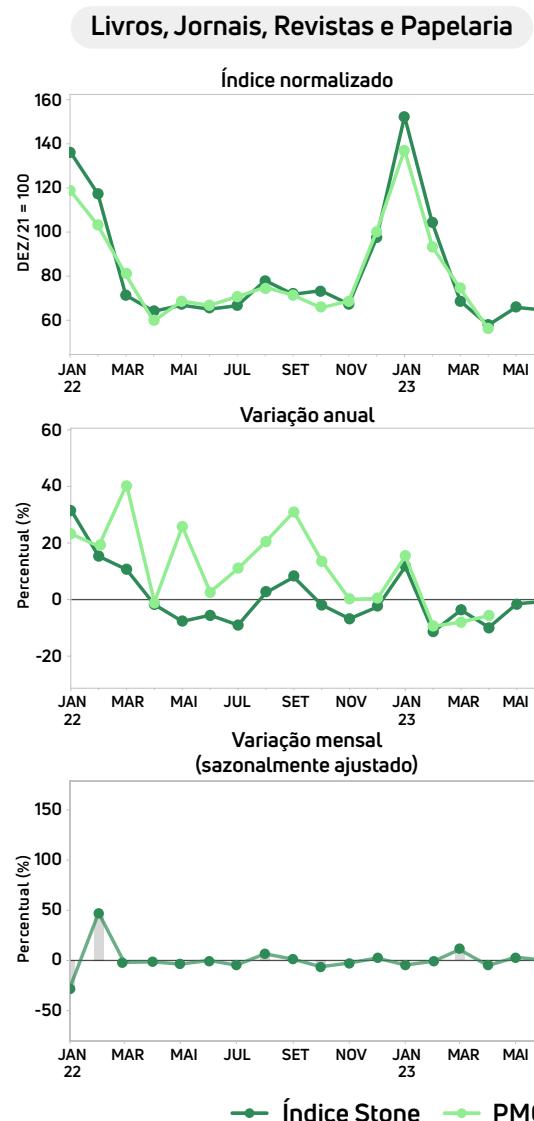
Por fim, a **Figura 5** traz os resultados de *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria*. O setor, diferentemente dos apresentados na **Figura 4**, segue o diagnóstico geral do varejo ampliado e do restrito, com **queda de 0,6% na comparação anual**, acompanhada de **alta de 0,3% no indicador mensal**.



Livros, jornais,  
revistas e papelaria

Com isso, o primeiro semestre de 2023 se encerra com o comércio varejista registrando **queda significativa** no volume de vendas, com o indicador ampliado e o indicador restrito apresentando retração de 3,4% e 2,1%, respectivamente, em relação ao primeiro semestre de 2022. Esses resultados são reflexo do cenário econômico atual, em que a **alta dos juros, da inadimplência e do comprometimento da renda das famílias<sup>21</sup>** afeta consideravelmente o consumo. Não obstante, o último mês do semestre traz sinais importantes de estabilização, o que melhora os prospectos para o restante do ano.

**Figura 5 | Índice Stone Varejo: Livros, Jornais, Revistas e Papelaria<sup>19,20</sup>**



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.

21. Ref.: [Propague / Stone - Mercado de crédito em dados](#).

# Índices & Variação Anual

## ESTADOS

**A** Figura 6 mostra a variação anual do Índice Stone Varejo Restrito<sup>22</sup> por estado. O diagnóstico de queda abrangente na comparação com 2022 se mantém: em maio apenas quatro estados haviam registrado crescimento, enquanto em junho somente cinco estados cresceram: *Acre (9,8%), Mato Grosso do Sul (4,9%), Rondônia (2,8%), Espírito Santo (1,2%) e Santa Catarina (0,8%)*.

Este é o terceiro mês consecutivo de crescimento para o Acre e o segundo para o *Espírito Santo* e *Rondônia*. O varejo capixaba, especificamente, consolidou seu retorno à trajetória de crescimento que prevaleceu ao longo do semestre e que havia sido interrompida em abril.

Olhando para os destaques negativos, os resultados de junho repetem os de maio: o *Rio Grande do Norte* e o *Rio Grande do Sul* tiveram as piores quedas na comparação anual, com 11,4% e 9,5% de retração, respectivamente. O *Rio Grande do Sul*, especificamente, está entre os destaques negativos pelo quarto mês consecutivo. Para além desses dois destaques negativos, também foram registradas quedas representativas em *Roraima (8,2%)*, *Tocantins (7,2%)* e *Ceará (6,9%)*.

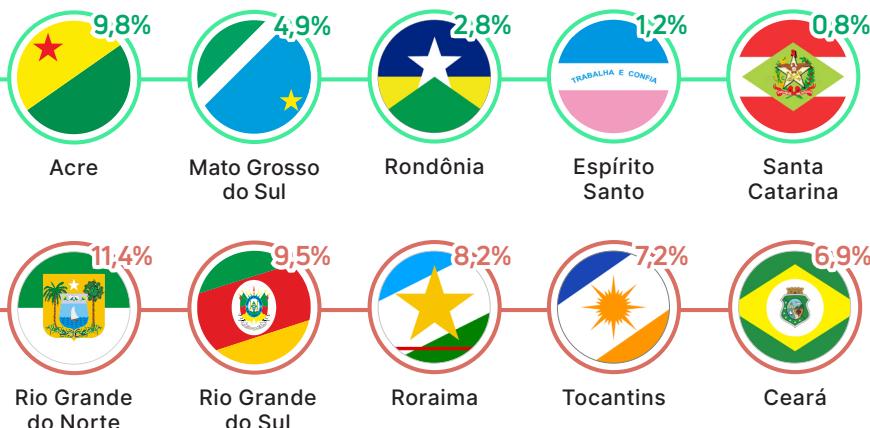
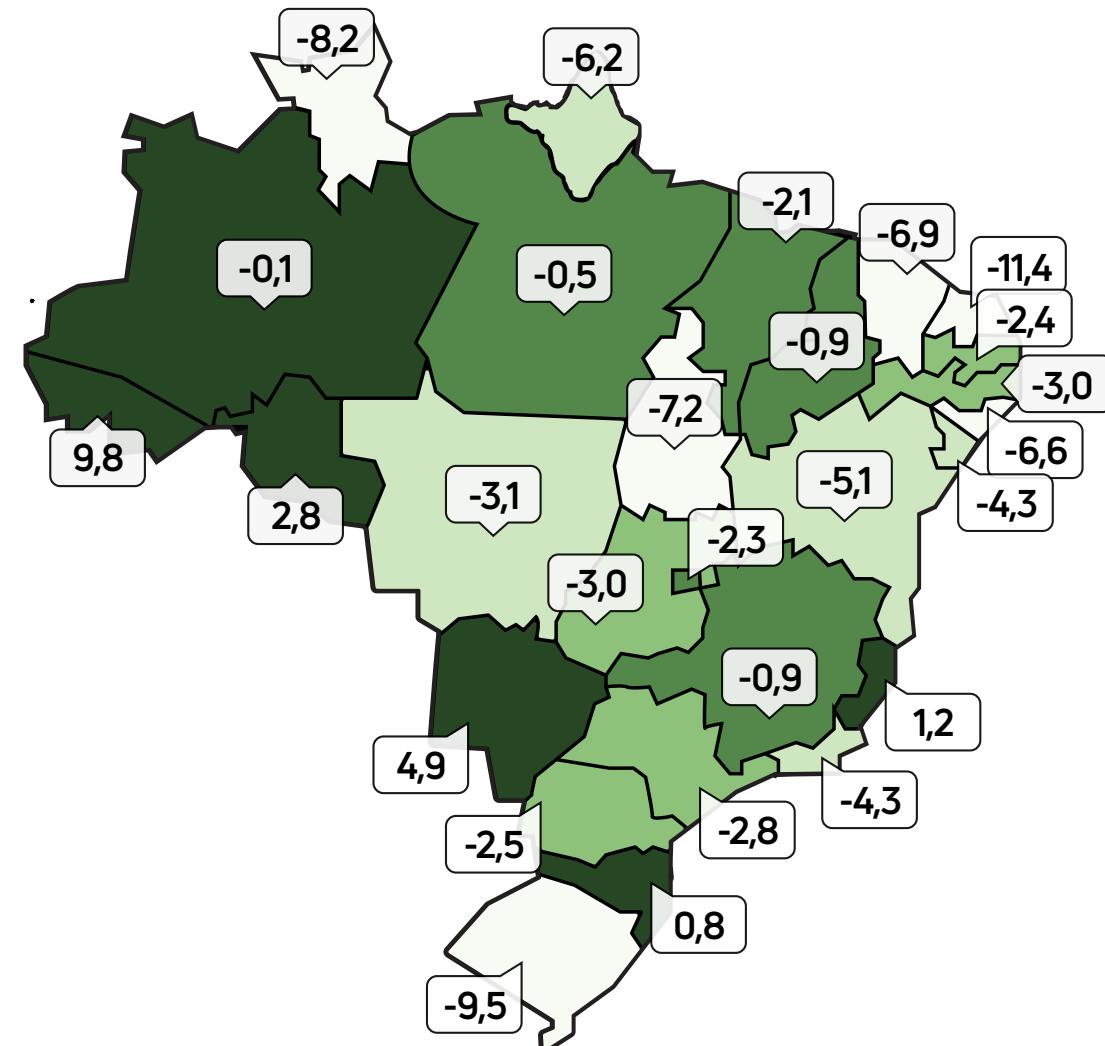


Figura 6 | Variação anual do índice Stone Varejo por estado (%)



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

# Tabela de dados

|  | Variação Mensal (%)<br>Sazonalmente Ajustada |        |        | Variação Anual (%) |        |        |
|--|--|--------|--------|--------------------|--------|--------|
|  | ABR/23                                       | MAI/23 | JUN/23 | ABR/23             | MAI/23 | JUN/23 |
| Índice Stone   | -2,7   | -1,4   | -0,1   | -6,3               | -5,8   | -4,2   |
| Índice Stone Restrito  | -2,5   | -2,0   | 0,3    | -4,8               | -4,8   | -2,8   |
| Artigos farmacêuticos, médicos,<br>ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | 0,8  | 0,5    | -2,3   | 3,9                | 3,1    | -1,8   |
| Hipermercados e supermercados  | -1,4   | -2,5   | -0,9   | -11,4              | -12,5  | -14,5  |
| Hipermercados, supermercados,<br>produtos alimentícios, bebidas e fumo     | -0,4   | -1,6   | -0,4   | -4,2               | -3,4   | -3,4   |
| Livros, jornais, revistas e papelaria                                      | -5,1   | 3,2    | 0,3    | -9,8               | -1,5   | -0,6   |
| Material de construção   | -3,1   | -0,2   | -1,0   | -5,5               | -3,5   | -2,2   |
| Móveis e eletrodomésticos  | -7,6   | -1,1   | -0,5   | -6,5               | -3,8   | -1,9   |
| Tecidos, vestuário e calçados  | -2,1   | -5,2   | 4,2    | -11,1              | -14,9  | -3,9   |

## 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:

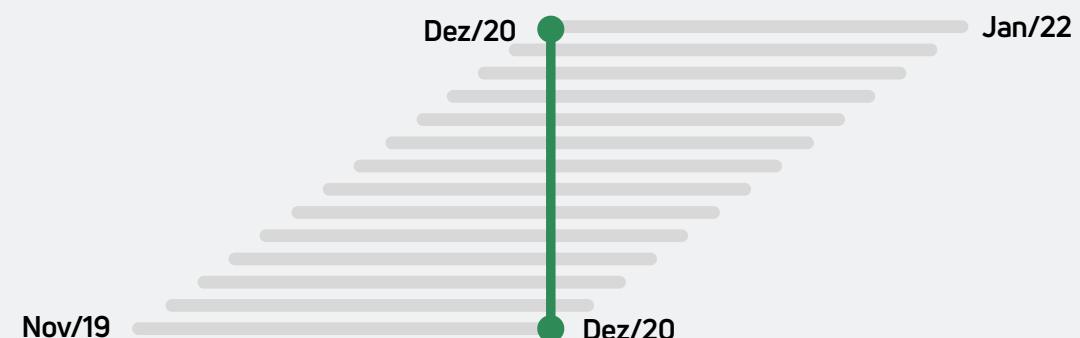
- 1 a base total de clientes cresce ao longo do tempo;
- 2 os clientes podem ter mais de um provedor de adquirência e podem fazer essa escolha de forma indiscriminada;
- 3 aumenta a cada ano o percentual de pagamentos por cartão.

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<sup>23</sup>.

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 (TPV<sup>24</sup>) de cada amo-

stra 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.

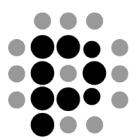
23. Aditya Aladangady, Shifrah Aron-Dine, Wendy Dunn, Laura Feiveson, Paul Lengermann & Claudia Sahm, 2021. "From Transaction Data to Economic Statistics: Constructing Real-Time, High-Frequency, Geographic Measures of Consumer Spending." NBER Chapters, in: Big Data for Twenty-First-Century Economic Statistics.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

17. TPV : Total Purchased Volume.

## Responsáveis Técnicos

Economic Research Stone Co.  
✉ economics@stone.com.br

Instituto Propague  
contato@institutopropague.com.br



instituto  
**Propague**

**stone**