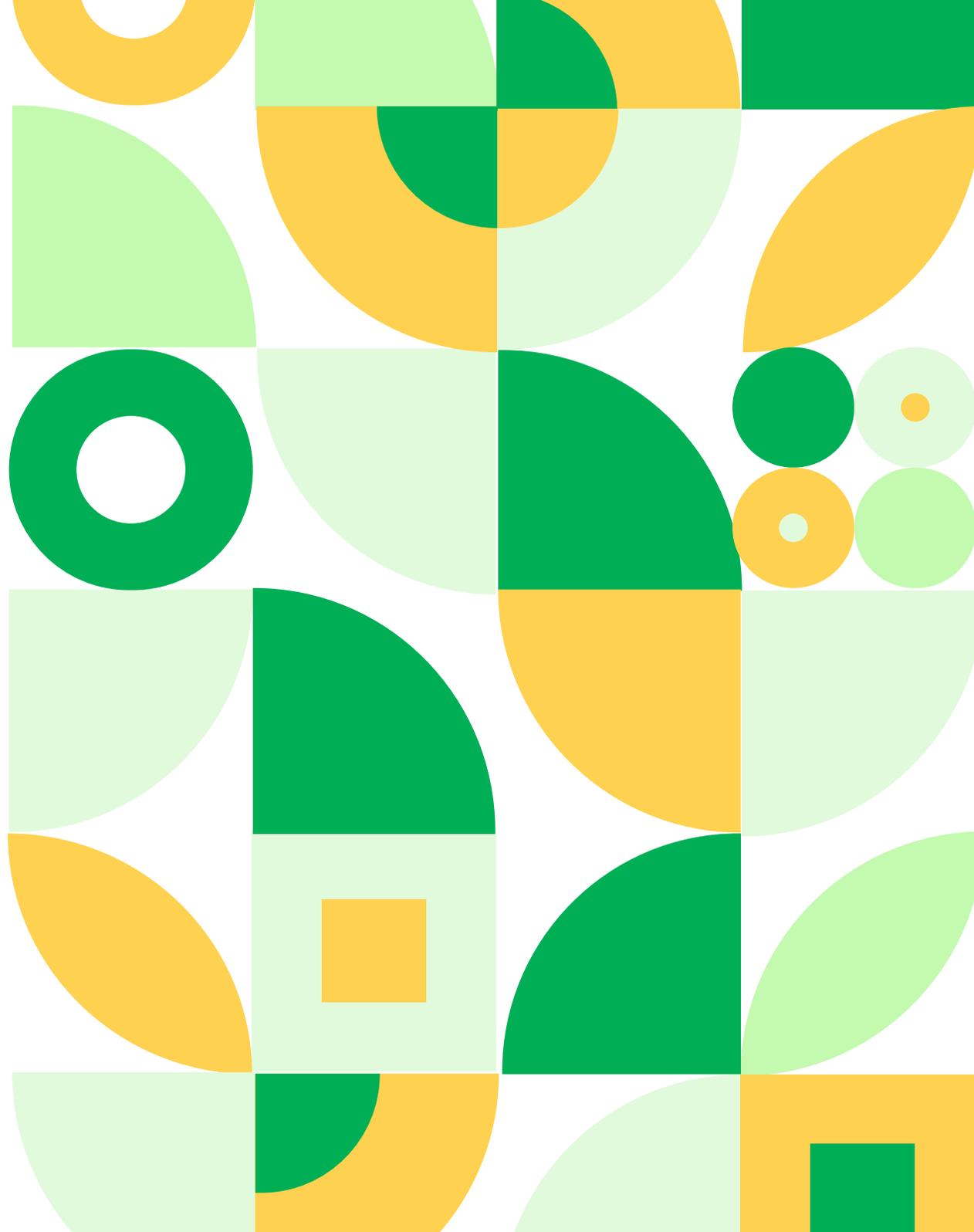


Julho, 2023

Stone Varejo

Apesar da queda em julho,
setor segue tendência
de 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 dos clientes do grupo StoneCo. Nesta sétima edição, trazemos os resultados de julho de 2023¹, além de novidades na composição e na divulgação do índice.

A partir desta edição atualizamos o índice de modo a considerar as **vendas realizadas com outras formas de pagamento, além de cartões de crédito e débito** (em particular, adicionamos o volume financeiro de vendas com Pix), incluímos o segmento de *Atacarejo* na composição do indicador *Geral Ampliado* para acomodar as mudanças recentes em nosso *benchmark*, a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, e deixamos de discriminar o subsegmento de *Hipermercados e Supermercados*² no relatório³. Além disso, para facilitar o consumo dos dados pelo público, desenvolvemos um **dashboard interativo**, no qual será possível acompanhar a evolução dos indicadores ao longo do tempo e comparar resultados setoriais e estaduais.



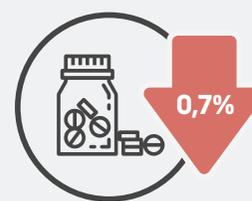
Livros, jornais, revistas e papelaria



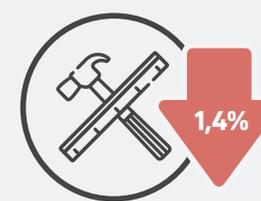
Móveis e eletrodomésticos



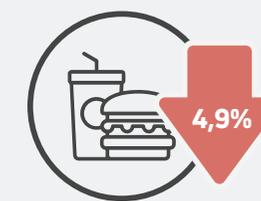
Tecidos, vestuário e calçados



Artigos farmacêuticos



Material de construção



Produtos alimentícios, bebidas e fumo

Em relação aos resultados de julho, houve **queda de 4,2% no índice ampliado**⁴ na comparação anual após retração de 4,5% em junho, com o índice restrito⁵ seguindo movimento similar, de **redução de 2,4%** no volume de vendas após queda de 0,7% em junho. Tais números marcam o **quarto mês consecutivo de recuo na atividade econômica do comércio varejista**. Por outro lado, o indicador anual se manteve em nível similar ao de junho, reforçando o diagnóstico divulgado no último relatório de que a queda parece ter se estabilizado.

A **análise setorial também aponta certa estabilização**: dos seis segmentos acompanhados⁶, três cresceram em torno de 1%, ao passo que dois sofreram queda também em torno de 1%. Os três setores que cresceram foram *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria* (1,8%); *Móveis e Eletrodomésticos* (0,8%); e *Tecidos, Vestuário e Calçados* (0,6%).

Quanto aos estados, após apenas quatro terem crescido em maio e cinco em junho, **sete registraram aumento no volume de vendas em julho**: *Acre* (17,3%), *Espírito Santo* (5,0%), *Rondônia* (3,2%), *Amazonas* (3,1%), *Mato Grosso do Sul* (2,6%), *Piauí* (2,4%) e *Minas Gerais* (0,3%). Olhando para os destaques negativos, os resultados de julho indicam a manutenção da trajetória de queda que *Rio Grande do Norte* e *Rio Grande do Sul* vêm registrando ao longo do ano. O primeiro apresentou queda de 7,3%, e o segundo, de 6,0%. Ainda assim, o estado com o pior resultado em julho foi *Mato Grosso*, cujo volume de vendas recuou 7,5%.

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

2. *Hipermercados e Supermercados* é um subsegmento de *Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo*, cujos dados ainda poderão ser acessados na base de dados disponibilizada pelo [Instituto Propague](#).

3. A decisão se baseou no diagnóstico apresentado no relatório de [maio](#).

4. Inclui os segmentos de *Artigos Farmacêuticos, Médicos, Ortopédicos, Perfumaria e Cosméticos; Combustíveis e Lubrificantes; Atacado Especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo (Atacarejo); Equipamentos e Material para Escritório, Informática e Comunicação; Livros, Jornais, Revistas e Papelaria; Material de Construção; Móveis e Eletrodomésticos; Outros Artigos de Uso Pessoal e Doméstico; Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo; Tecidos, Vestuário e Calçados; Veículos, Motocicletas, Partes e Peças*.

5. Exclui os segmentos de *Combustíveis e Lubrificantes; Material de Construção; Veículos e Peças; e Atacado Especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo (Atacarejo)*.

6. Diversos segmentos considerados na construção do índice ampliado e do índice restrito (veja as notas de rodapé 4 e 5) não são acompanhados no relatório. Portanto, são esperadas diferenças de crescimento/retração entre os segmentos acompanhados e os índices gerais.

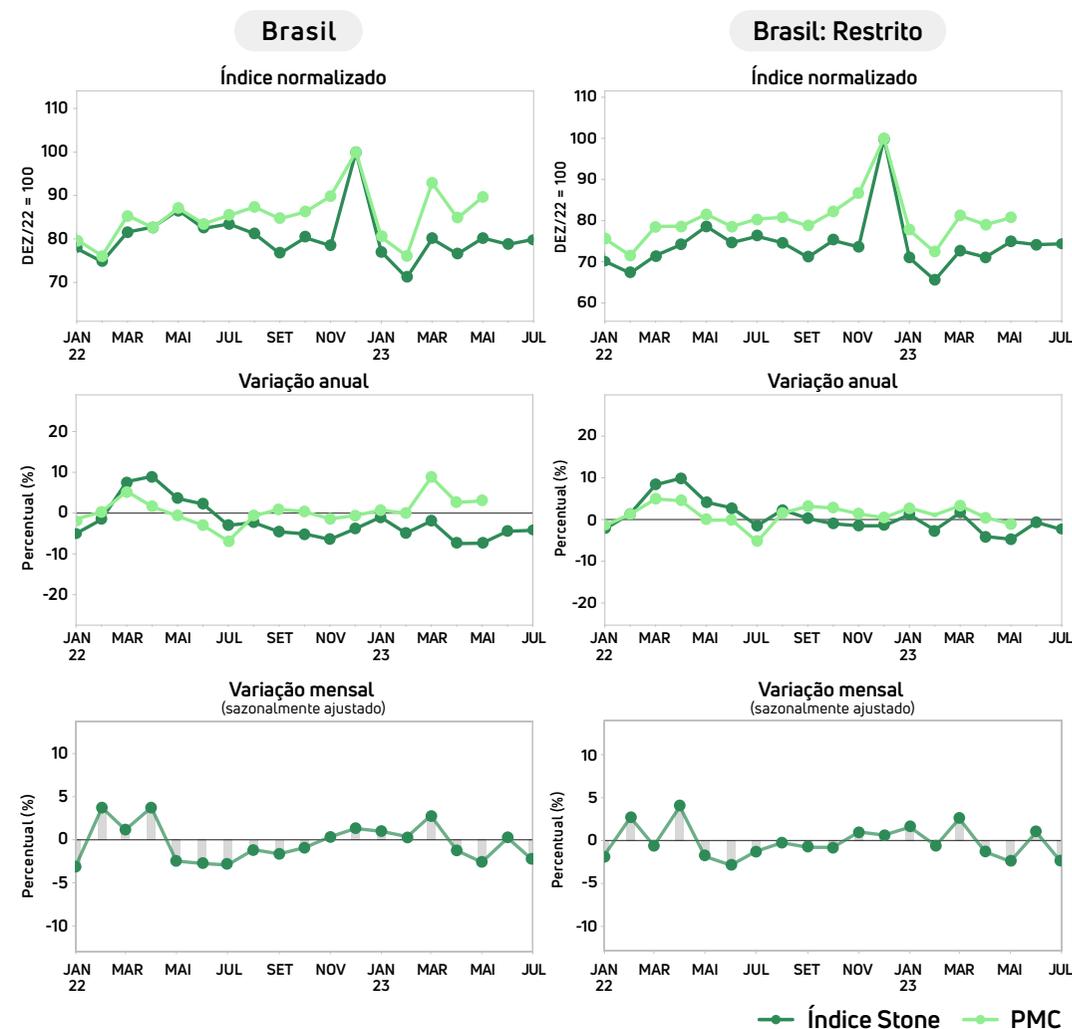
Índices & Variação Anual

BRASIL

Na sétima edição do Stone Varejo, analisamos o status da atividade econômica em julho de 2023⁷. Os resultados apontam que o índice ampliado⁸ sofreu **retração de 4,2% na comparação anual, com o índice restrito⁹ seguindo o mesmo movimento e registrando queda de 2,4% no volume de vendas**. Da mesma forma, o comparativo mensal sazonalmente ajustado também apresentou queda: 2,4% no índice ampliado. Tais números vêm após um junho fraco, com queda de 4,5% no índice geral e 0,7% no índice restrito, e marcam o quarto mês seguido de queda na atividade econômica do comércio varejista.

Entretanto, cabe destacar que o indicador anual se manteve em nível similar ao de junho, reforçando o diagnóstico feito no último relatório de que a **queda parece estar se estabilizando**. A análise setorial também reforça o diagnóstico. Após quedas generalizadas por meses, os resultados de julho mostraram alguma estabilidade: dos seis segmentos acompanhados, cinco apresentaram variações pequenas, em torno de +/- 1%, sendo três variações positivas e duas negativas. Esses resultados setoriais mostram que mais meses de análise são necessários para confirmar tal tendência.

Figura 1 | Índice Stone Varejo: Brasil e Brasil Restrito^{10,11}



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

8. Inclui os segmentos de *Artigos Farmacêuticos, Médicos, Ortopédicos, Perfumaria e Cosméticos; Combustíveis e Lubrificantes; Atacado Especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo (Atacarejo); Equipamentos e Material para Escritório, Informática e Comunicação; Livros, Jornais, Revistas e Papelaria; Material de Construção; Móveis e Eletrodomésticos; Outros Artigos de Uso Pessoal e Doméstico; Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo; Tecidos, Vestuário e Calçados; Veículos, Motocicletas, Partes e Peças*.

9. Brasil Restrito: Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis, Veículos e Peças e Atacarejo*.

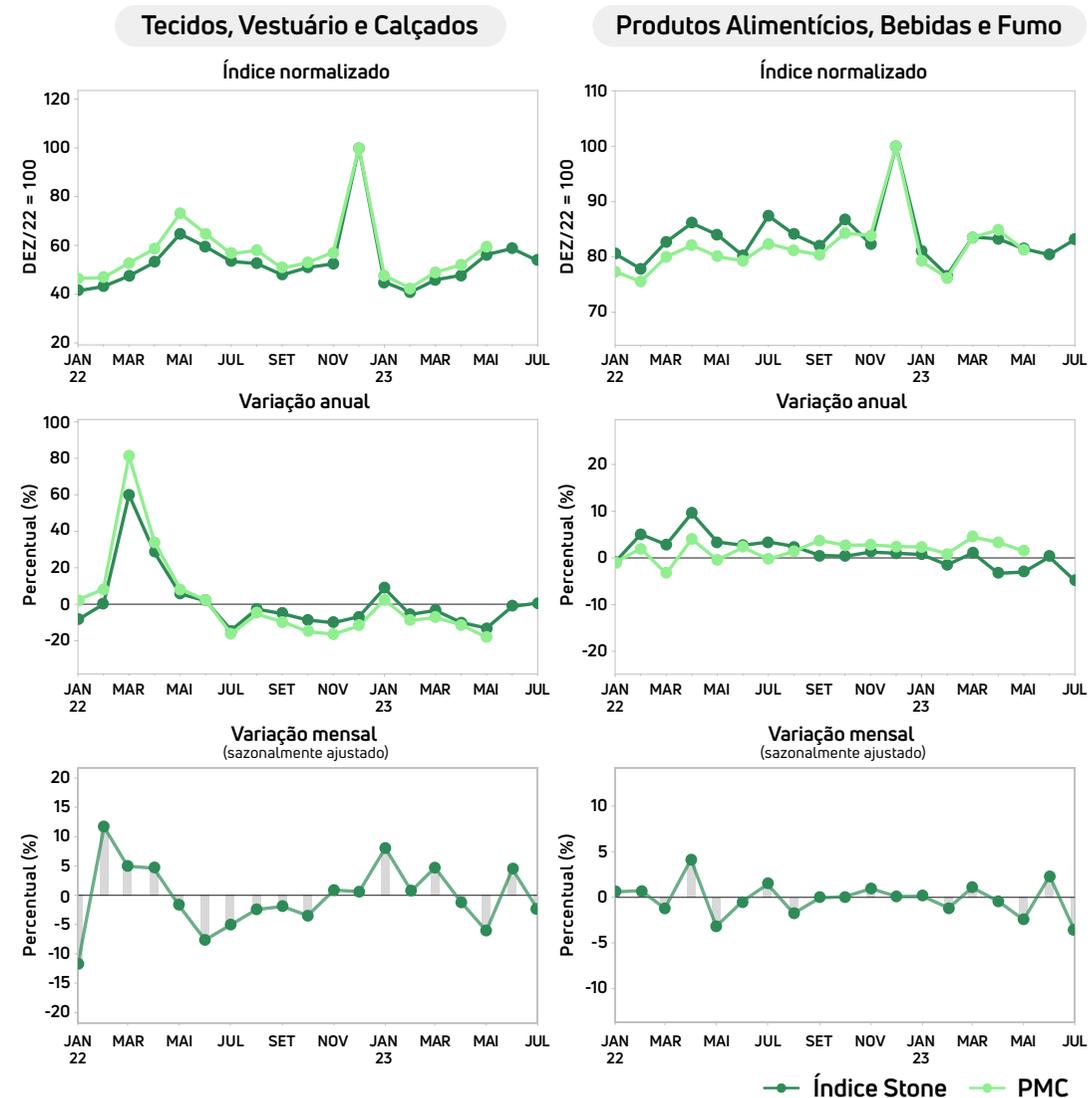
10. Ver seção "Tabela de dados" para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

11. Índice normalizado: Indicador dividido por seu valor em dezembro de 2022. Brasil Restrito: Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis, Veículos e Peças e Atacarejo*.

Na **Figura 2** constam os resultados dos setores de *Tecidos, Vestuário e Calçados* e *Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo* (que contém o subsetor de *Hipermercados e Supermercados*). O primeiro foi um dos três segmentos que tiveram um aumento no volume de vendas em julho, com **crescimento de 0,6%**. Ainda que seja mais um sinal de estabilização do que de retomada do crescimento, julho foi o primeiro mês desde janeiro em que o setor registrou resultados positivos. O segmento de *Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo*, por outro lado, foi o **destaque negativo de julho, com retração de 4,9%**, depois de leve alta de 0,2% em junho, após um cenário de queda iniciada em fevereiro deste ano.



Figura 2 | Índice Stone Varejo: Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo e Tecidos, Vestuário e Calçados^{12,13}



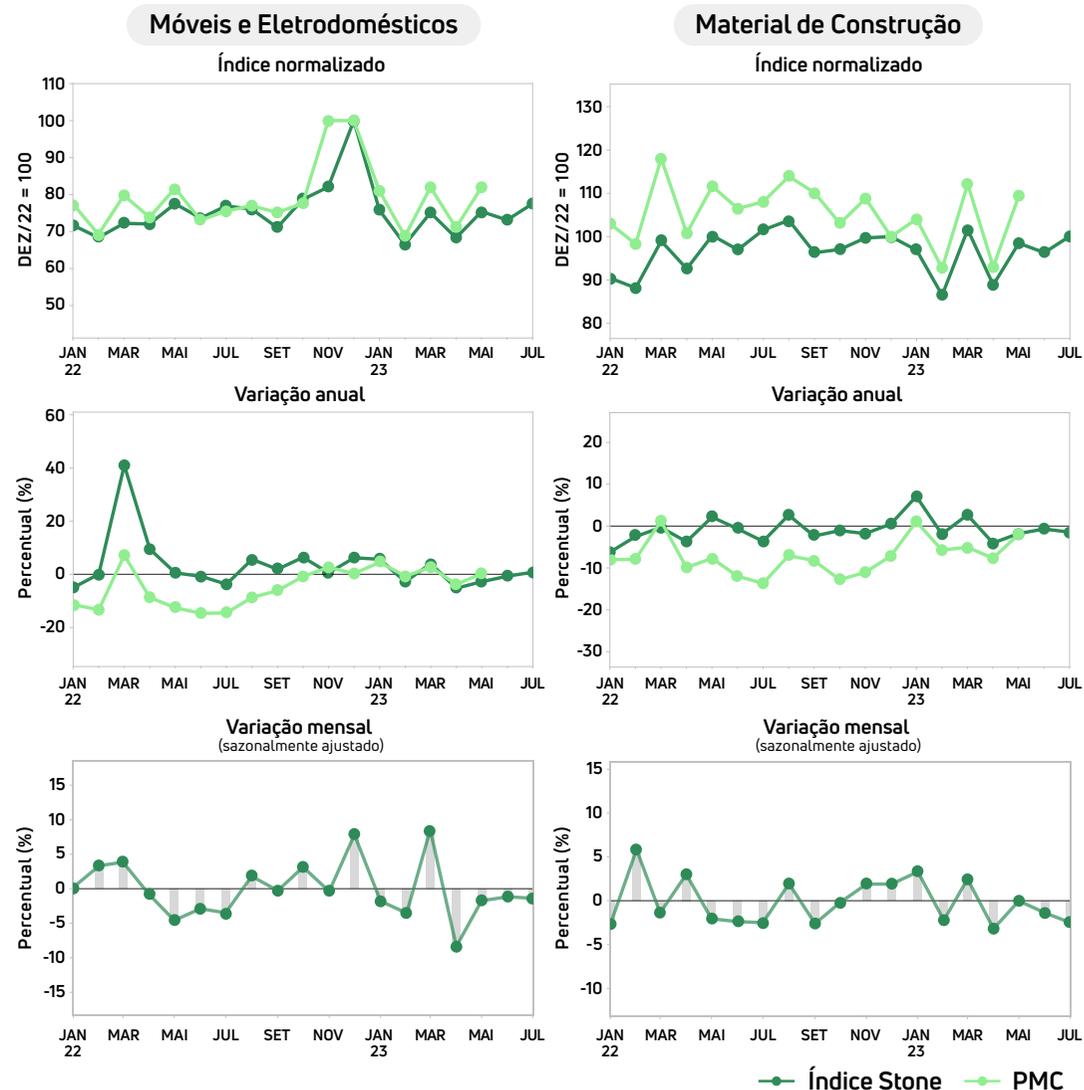
12. Ver seção "Tabela de dados" para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

13. Índice normalizado: Indicador dividido por seu valor em dezembro de 2022.

Já o setor de *Móveis e Eletrodomésticos*, apresentado na **Figura 3**, foi um dos destaques positivos de julho. O volume de vendas cresceu **0,8%** no comparativo anual após três meses consecutivos de queda, que pode estar associada ao cenário de juros altos e à inadimplência elevada. Isso torna a alta deste mês particularmente importante para o setor. Por outro lado, o setor de *Material de Construção* segue em queda após três meses, com **retração de 1,4%** no volume de vendas. Vale notar, entretanto, que nos últimos meses o segmento tem sofrido menos do que os demais, demonstrando resiliência em relação ao cenário macroeconômico adverso.



Figura 3 | Índice Stone Varejo : Material de Construção e Móveis e Eletrodomésticos^{14,15}



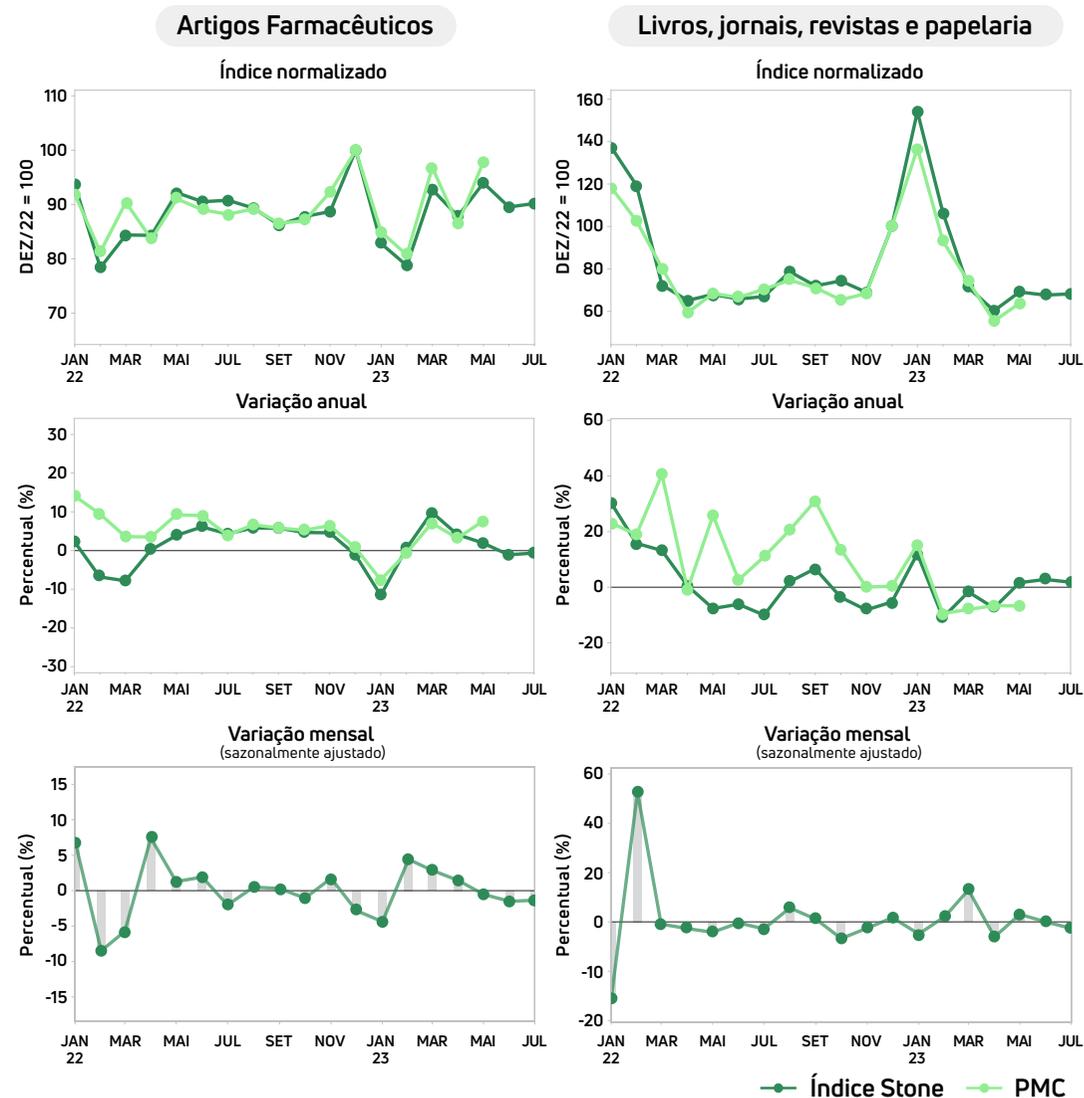
14. Ver seção “Tabela de dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

15. Índice normalizado: Indicador dividido por seu valor em dezembro de 2022

Na **Figura 4** são divulgados os dados de *Artigos Farmacêuticos* e *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria*. O primeiro setor apresenta queda pelo segundo mês consecutivo, com **redução de 0,7%** no volume de vendas na comparação anual. A queda, embora relativamente baixa, chama a atenção em razão da performance positiva no primeiro semestre. Já o setor de *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria* apresentou o **melhor resultado de julho, com crescimento de 1,8%**, um movimento similar ao de janeiro — a regularização do período escolar pode ter impulsionado as vendas no final do primeiro semestre de 2023.



Figura 4 | Índice Stone Varejo: Livros, jornais, revistas e papelaria e Artigos Farmacêuticos^{16,17}



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 2022.

Tabela de dados

| | Variação Mensal (%) Sazonalmente Ajustada | | | Variação Anual (%) | | |
|--|--|--------|--------|--------------------|--------|--------|
| | MAI/23 | JUN/23 | JUL/23 | MAI/23 | JUN/23 | JUL/23 |
| Índice Stone | -2,6 | 0,2 | -2,4 | -7,4 | -4,5 | -4,2 |
| Índice Stone Restrito | -2,4 | 1,0 | -2,5 | -4,7 | -0,7 | -2,4 |
| Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | -0,5 | -1,5 | -1,3 | 1,9 | -1,1 | -0,7 |
| Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo | -2,5 | 2,3 | -3,7 | -3,0 | 0,2 | -4,9 |
| Livros, jornais, revistas e papelaria | 3,1 | 0,0 | -2,6 | 1,7 | 2,8 | 1,8 |
| Material de construção | -0,0 | -1,4 | -2,5 | -1,8 | -0,7 | -1,4 |
| Móveis e eletrodomésticos | -1,7 | -1,2 | -1,4 | -2,7 | -0,7 | 0,8 |
| Tecidos, vestuário e calçados | -6,1 | 4,5 | -2,4 | -13,1 | -1,3 | 0,6 |

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 econômica do varejo**. Para isso, precisamos contornar alguns pontos, como:

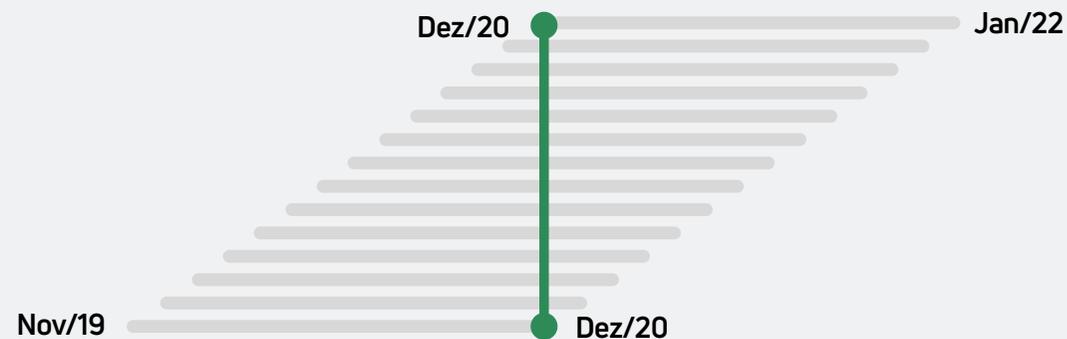
- 1 a base total de clientes cresce ao longo do tempo;
- 2 os clientes podem ter mais de um provedor de aquisição e podem fazer essa escolha de forma indiscriminada;
- 3 o percentual de pagamentos por meios eletrônicos aumenta a cada ano.

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 Unidos¹⁹.

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 (TPV²⁰) de cada amos-

tra 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.

19. 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>

20. TPV : Total Payment Volume.

Responsáveis Técnicos

Economic Research Stone Co.

✉ economics@stone.com.br

Instituto Propague

contato@institutopropague.com.br



instituto
Propague

stone