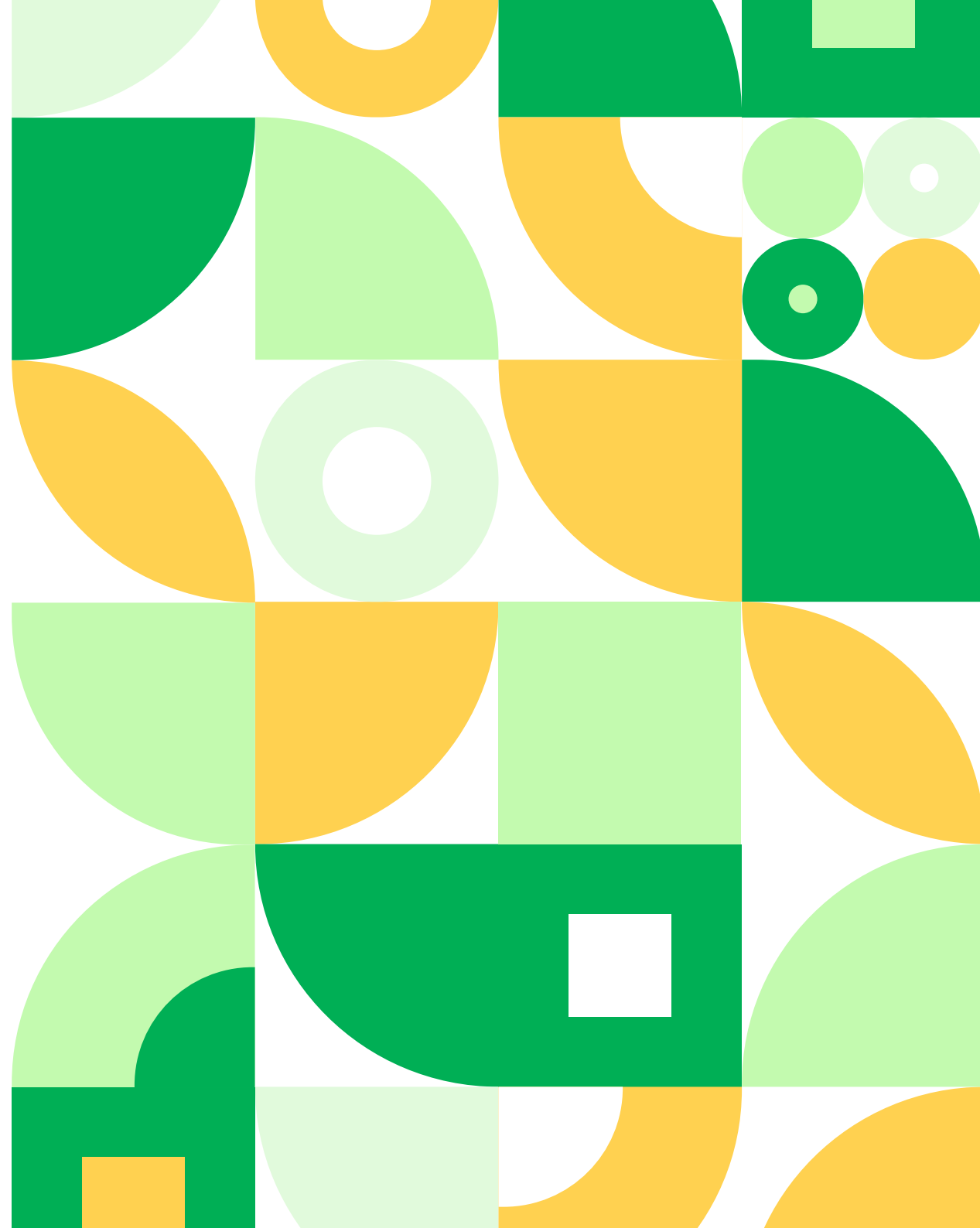


Setembro, 2023

Stone Varejo

Setembro registra
crescimento de 1,6%,
primeira alta sólida do ano



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 nona edição, trazemos os resultados de setembro de 2023¹.

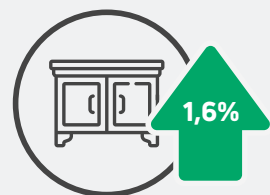
O **comércio varejista registrou sua primeira alta sólida** desde o início do ano com **crescimento de 1,6% no comparativo anual e 0,7% no comparativo mensal** em setembro após queda de 2,1% em agosto (dado revisado, após divulgação inicial de 3,0%²). O índice restrito³, por sua vez, apresentou leve **queda de 0,5%**. Ainda assim, uma melhora significativa em relação à queda de 2,6% registrada em agosto (dado revisado, após divulgação inicial de 3,3%⁴).

No caso do comparativo mensal sazonalmente ajustado, o volume de vendas cresceu tanto para o índice ampliado quanto para o restrito, **0,7% e 0,3%**, respectivamente. Esse resultado complementa a **tendência de estabilização** destacada em edições anteriores, e é um sinal positivo para a trajetória do volume de vendas. É importante destacar, contudo, que após

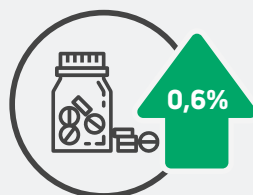
meses de atividade econômica inferior a 2022, o **comércio varejista segue ainda pressionado** e mais meses de dados são necessários para confirmar o estabelecimento de uma tendência positiva. Não obstante, esse resultado pode ser um bom indicativo de melhora dos prospectos para o último trimestre do ano, período excepcionalmente importante para o comércio varejista.

Na análise setorial o destaque fica por conta da surpresa positiva do segmento de **Móveis e Eletrodomésticos, com alta de 1,6% no comparativo anual e de 2,0% no mensal**. Embora o setor tenha apresentado resiliência ao longo do ano e tendência positiva desde abril, a queda de 3,4% em agosto (dado revisado, após divulgação inicial de 3,8%⁵) interrompeu a expectativa de melhora e levantou alerta para o restante do ano. O resultado positivo de setembro, no entanto, sugere que agosto pode ter sido a exceção. Já o destaque negativo é, pelo segundo mês consecutivo, o setor de **Livros, Jornais, Revistas e Papelaria com queda de 12,7% do volume de vendas em setembro** após já ter sofrido queda de 8,0% em agosto (dado revisado, após divulgação inicial de 9,0%⁶).

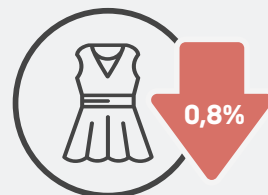
Regionalmente, após apenas quatro estados registrarem crescimento em agosto, setembro apresentou nove resultados positivos. Os destaques ficam por conta de **Tocantins (9,4%), com a maior alta**, e a **região Sudeste**, que teve três dos seus quatro estados registrando aumento do volume de vendas. O varejo do *Espírito Santo* viu 3,3% de aumento, enquanto os de *São Paulo* e *Minas Gerais* cresceram 1,0% e 0,4%, respectivamente. O varejo Capixaba, inclusive, registrou sua quinta alta seguida, com resultados positivos desde maio. Chamam atenção, ainda, as **expressivas quedas no Amapá (14,5%), Amazonas (9,1%), Alagoas (8,4%) e Rio Grande do Norte (8,3%)**.



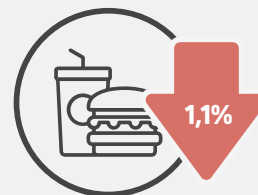
Móveis e eletrodomésticos



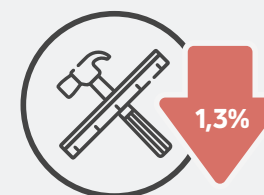
Artigos farmacêuticos



Tecidos, vestuário e calçados



Produtos alimentícios, bebidas e fumo



Material de construção



Livros, jornais, revistas e papelaria

1. Os dados referem-se à 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 setembro é uma comparação entre setembro de 2023 e setembro de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre setembro de 2023 e agosto de 2023.

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

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

4, 5 e 6. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

Índices & Variação Anual

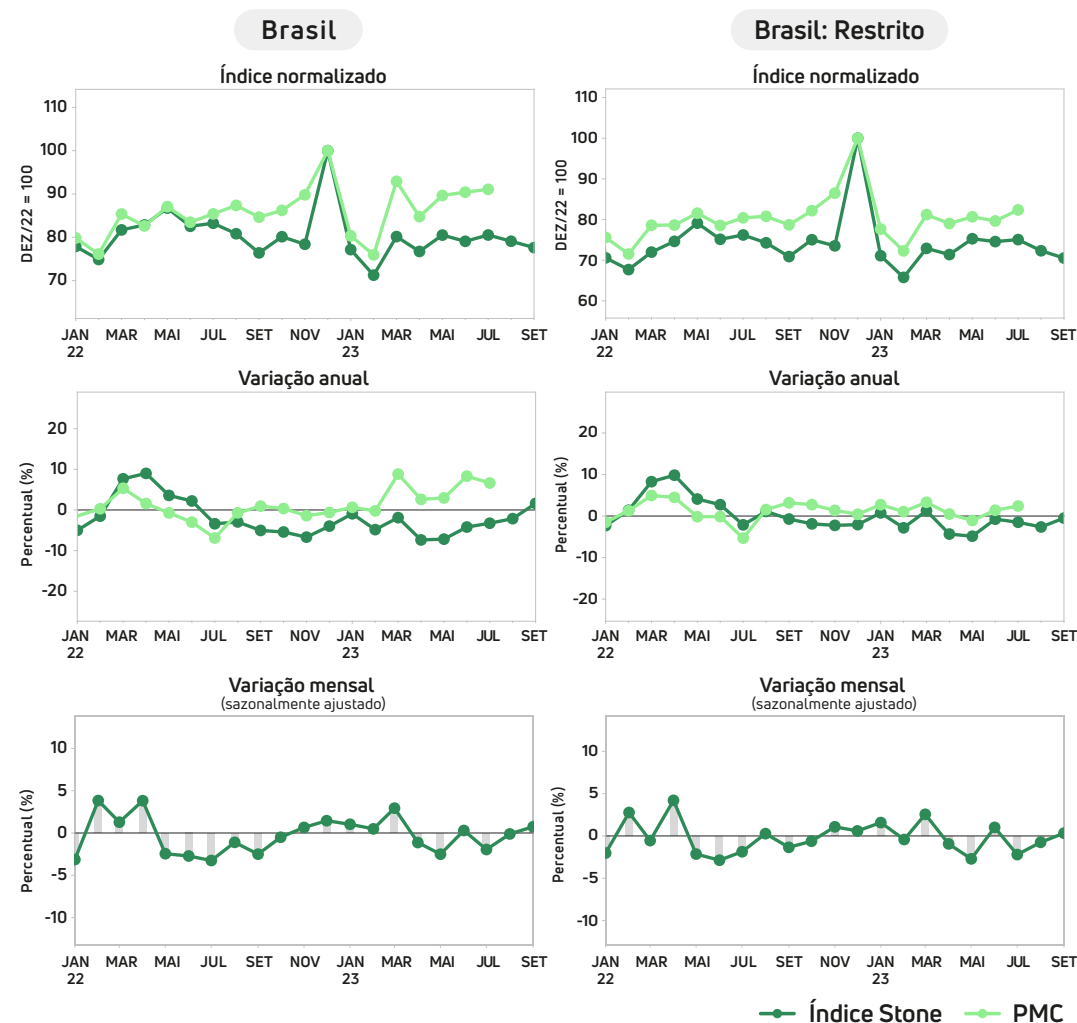
BRASIL

Na nona edição do Stone Varejo, analisamos o status da atividade econômica em setembro de 2023⁷. Os resultados mostram que o índice ampliado⁸ apresentou **alta de 1,6%** na comparação anual. Já o índice restrito⁹ registrou **leve queda de 0,5%** no volume de vendas em setembro. Esse resultado é contrastado com um agosto fraco, com quedas de 2,1% (dado revisado, após divulgação inicial de 3,0%¹⁰) no geral e 2,6% no restrito (dado revisado, após divulgação inicial de 3,3%¹¹). Portanto, apesar da leve queda no índice restrito, os dados desse mês revelam um **cenário mais otimista**, sobretudo com a alta sólida no índice ampliado - a primeira do ano.

Tal diagnóstico também é reforçado pelo resultado do comparativo mensal sazonalmente ajustado, que indicou **alta do volume de vendas** tanto no índice ampliado quanto no índice restrito, com 0,7% e 0,3%, respectivamente. Esse resultado parece colocar a tendência de estabilização da queda apontada nas edições anteriores deste relatório em uma direção mais positiva. Apesar disso, é importante destacar que, após meses de atividade econômica inferior a 2022, o comércio varejista segue pressionado e mais meses de dados são necessários para confirmar o diagnóstico. Não obstante, esse resultado aponta para uma expectativa melhor para o último trimestre do ano, com datas importantes para o comércio varejista, como o **dia das crianças**, a **Black Friday** e o **Natal**.

A análise setorial, no entanto, ainda mostra queda em quatro dos seis segmentos acompanhados - **apenas Artigos Farmacêuticos e Móveis e Eletrodomésticos cresceram** -, reforçando o diagnóstico de otimismo com cautela e a necessidade de acompanhar os resultados por mais meses antes de confirmar as expectativas positivas.

Figura 1 | Índice Stone Varejo: Brasil e Brasil Restrito^{12,13}



7. Os dados referem-se à 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 setembro é uma comparação entre setembro de 2023 e setembro de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre setembro de 2023 e agosto 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.*

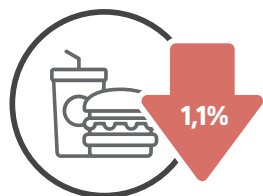
9. Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis, Veículos e Peças e Atacarejo.*

10 e 11. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

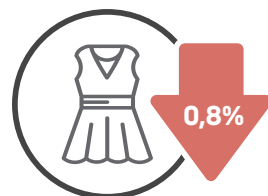
12. Ver seção "Tabela de dados" para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

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

A **Figura 2** mostra os resultados dos setores de *Produtos Alimentícios e Bebidas*, e *Tecidos, Vestuário e Calçados*. O primeiro registrou **queda anual de 1,1%** e **alta mensal de 1,4%**. Considerando as quedas sequenciais nos meses anteriores, a melhora no comparativo mensal junto a uma redução no nível da queda no comparativo com setembro de 2022 são **sinais positivos importantes para o segmento** e podem sinalizar tendência de melhora. Já o volume de vendas do setor de *Tecidos, Vestuário e Calçados* **caiu 0,8%** na comparação anual em setembro, após queda de 4,3% em agosto (dado revisado após divulgação inicial de 5,2%¹⁴). Conforme já destacado em relatórios anteriores e reforçado pelo resultado de setembro, **o segmento segue sofrendo com baixo volume de vendas** há mais de um ano e tem apresentado dificuldades para se recuperar.

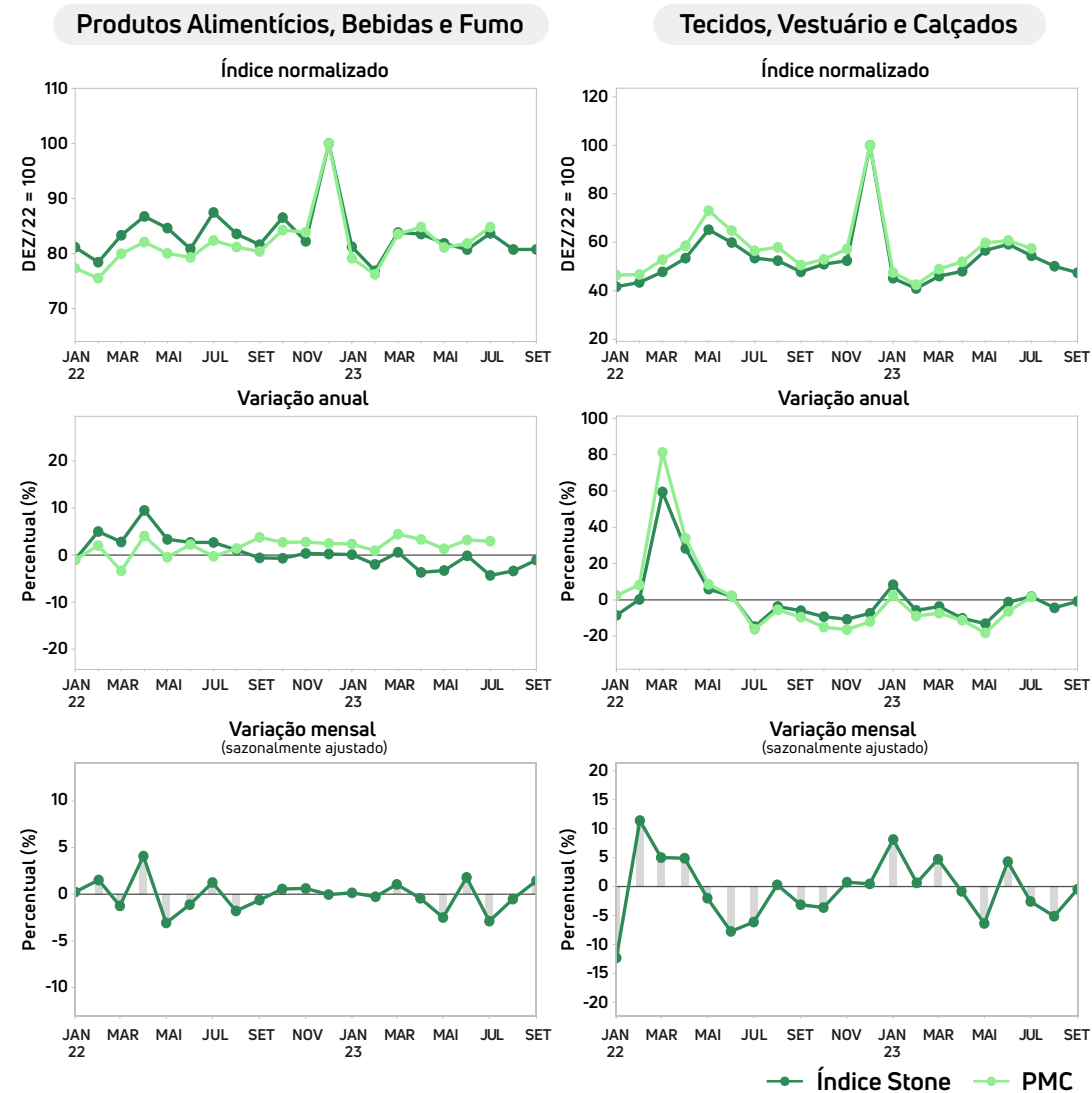


Produtos alimentícios,
bebidas e fumo



Tecidos, vestuário
e calçados

Figura 2 | Índice Stone Varejo: Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo, e Tecidos, Vestuário e Calçados^{15,16}

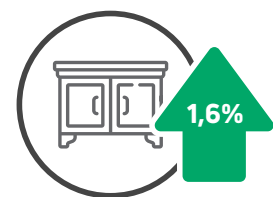


14. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

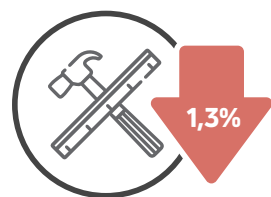
15. Ver seção “Tabela de dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

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

O setor de *Móveis e Eletrodomésticos*, por sua vez, registrou **crescimento de 1,6%** na comparação com setembro de 2022, e 2,0% na comparação com agosto de 2023. Esse resultado foi uma **surpresa positiva** já que, embora o setor tenha sido particularmente resiliente ao longo do ano, com tendência positiva desde abril, a queda de 3,4% em agosto (dado revisado, após divulgação inicial de 3,8%¹⁷) poderia indicar uma possível reversão do processo de recuperação para o restante do ano. No entanto, o resultado positivo registrado este mês sugere que o mês passado pode ter sido uma exceção. Mais meses são necessários para confirmar tal diagnóstico. Já a **queda de 1,3%** observada em *Material de Construção* mantém o setor em níveis similares aos meses anteriores, indicando **estabilização da queda e resiliência**, já que o setor tem performado consistentemente melhor que os demais ao longo do ano.

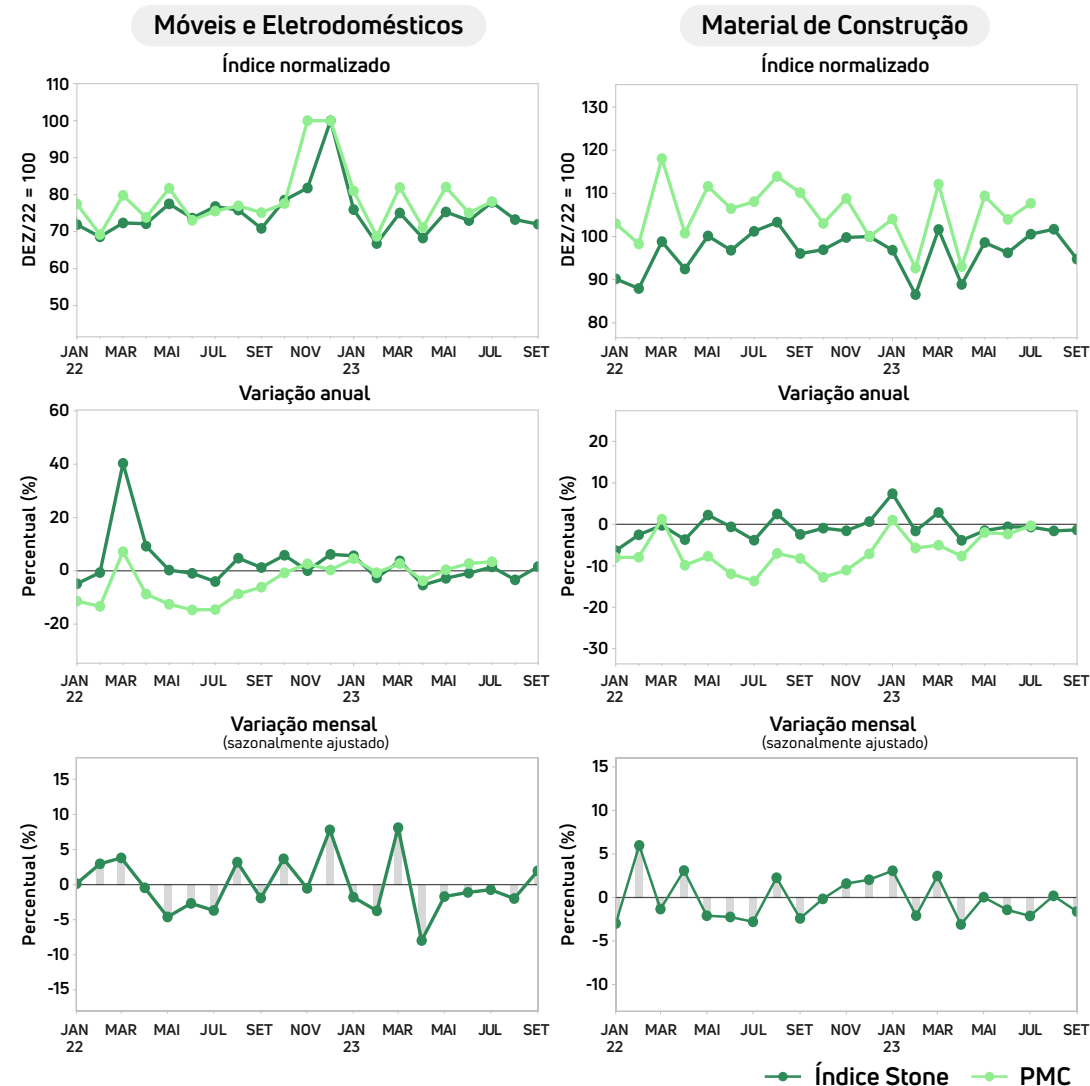


Móveis e eletrodomésticos



Material de construção

Figura 3 | Índice Stone Varejo : Móveis e Eletrodomésticos, e Material de Construção^{18,19}



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

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

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

A **Figura 4** traz os dados dos setores de *Artigos Farmacêuticos* e *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria*. O primeiro **creceu 0,6%** em setembro, sustentando as altas de 1,8% em agosto (dado revisado, após divulgação inicial de 1,1%²⁰) e de 0,6% em julho, se consolidando como **um dos segmentos mais estáveis e de melhor desempenho no ano**. Por outro lado, o setor de *Livros, Jornais, Revistas e Papelaria* teve novamente o **pior resultado, com queda de 12,7%** em relação a setembro de 2022. Esse resultado, no entanto, foi acompanhado por queda bem menor, de **apenas 1,1%**, em relação a agosto de 2023, novamente reforçando que os resultados desse setor são potencialmente explicados pela regularização do período letivo.

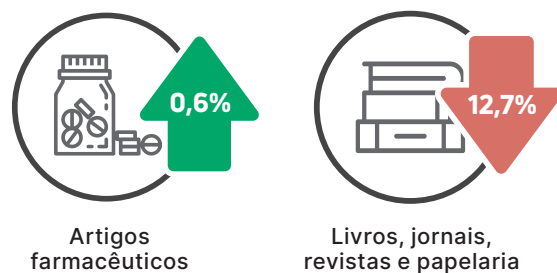
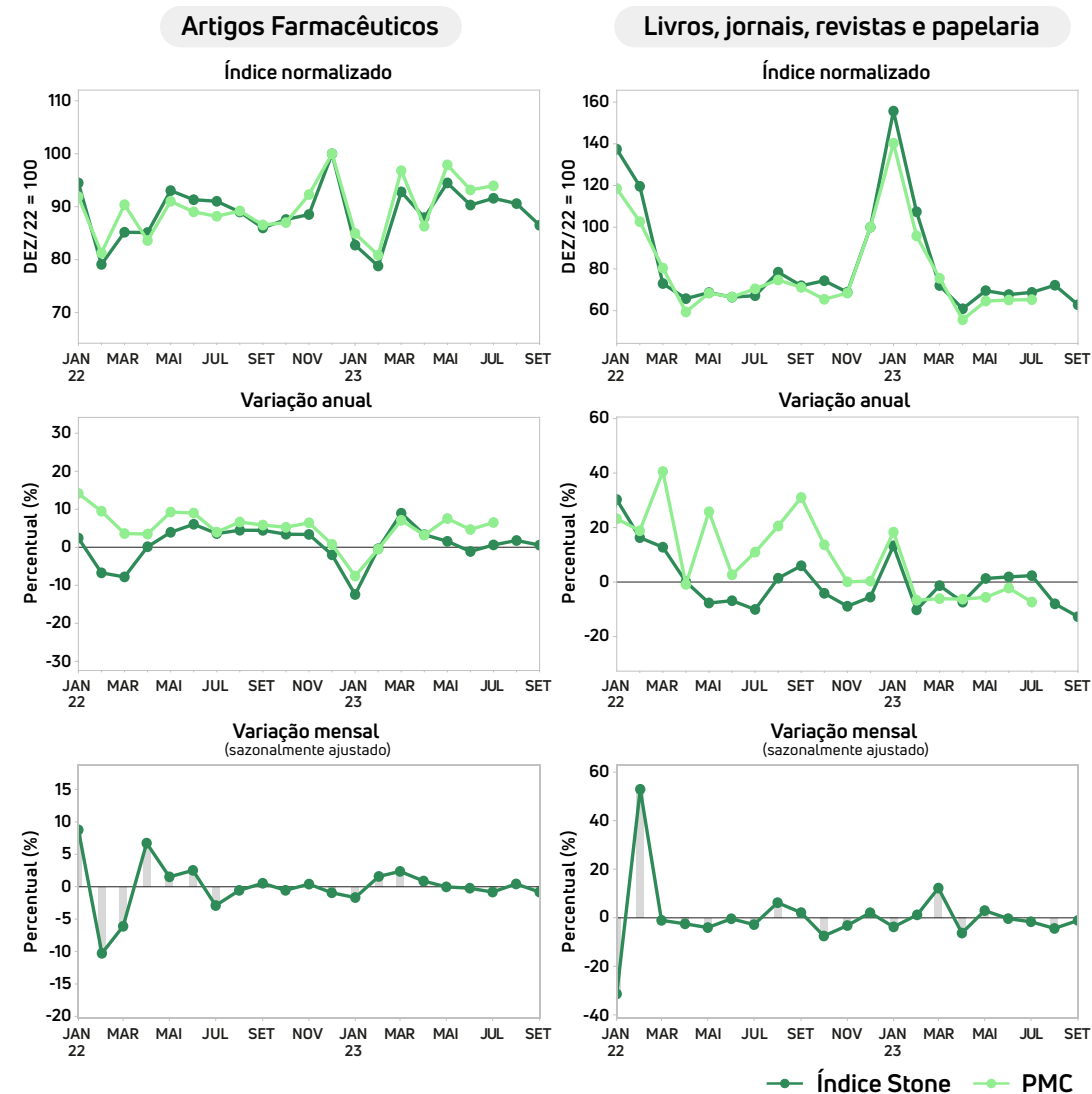


Figura 4 | Índice Stone Varejo: Artigos Farmacêuticos, e Livros, Jornais, Revistas e Papelarias^{21,22}



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

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

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

Índices & Variação Anual

ESTADOS

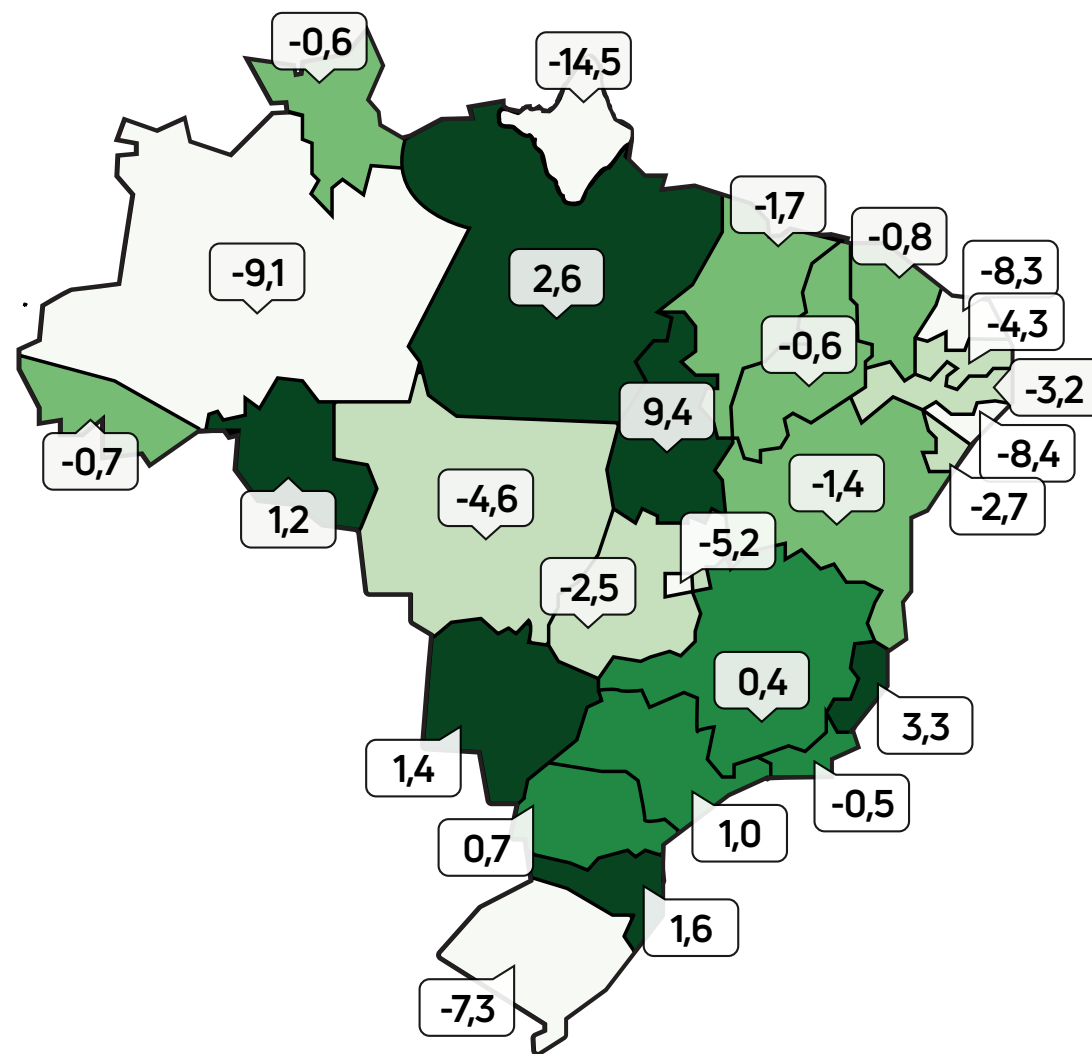
A **Figura 5** mostra a variação anual do Índice Stone Varejo Restrito²³ por estado. Após apenas quatro estados registrarem crescimento em agosto, setembro mostrou uma **melhora do cenário com nove estados registrando aumento no volume de vendas**. Esse resultado, somado às altas tanto no comparativo anual quanto no mensal em setembro, aumenta o otimismo para o último trimestre do ano.

Olhando para destaques negativos, **Rio Grande do Norte e Rio Grande do Sul** registraram queda de 8,3% e 7,3%, respectivamente, dando manutenção às trajetórias de queda apontadas ao longo de praticamente todo o ano. **A maior queda entre todos os estados, contudo, foi registrada no Amapá: uma redução de 14,5%** no volume de vendas em setembro. Também sofreram quedas representativas os estados de **Amazonas** (9,1%) e de **Alagoas** (8,4%). Outro destaque negativo fica por conta da região Nordeste, onde nenhum estado apresentou crescimento.

Dentre os destaques positivos, chamou a atenção o **expressivo crescimento do varejo no Tocantins**. Com um aumento de 9,4% no comparativo anual, o estado registra sua terceira alta seguida. Além disso, a **região Sudeste apresentou crescimento em três dos seus quatro estados: Minas Gerais (0,4%), São Paulo (1,0%) e Espírito Santo (3,3%)**. Este último apresenta uma trajetória de crescimento desde maio. Os demais estados que apresentaram crescimento foram: **Pará** (2,6%), **Santa Catarina** (1,6%), **Mato Grosso do Sul** (1,4%), **Rondônia** (1,2%) e **Paraná** (0,7%).



Figura 5 | Variação anual do índice Stone Varejo por estado (%)



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

Tabela de dados

	Variação Mensal (%) Sazonalmente Ajustada			Variação Anual (%)		
	JUL/23	AGO/23	SET/23	JUL/23	AGO/23	SET/23
Índice Stone	-2,0	-0,1	0,7	-3,3	-2,1	1,6
Índice Stone Restrito	-2,2	-0,8	0,3	-1,5	-2,6	-0,5
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,8	0,4	-0,8	0,6	1,8	0,6
Hipermercados, supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo	-2,9	-0,5	1,4	-4,3	-3,4	-1,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,6	-4,4	-1,1	2,3	-8,0	-12,7
Material de construção	-2,1	0,2	-1,6	-0,7	-1,6	-1,3
Móveis e eletrodomésticos	-0,7	-2,0	2,0	1,5	-3,4	1,6
Tecidos, vestuário e calçados	-2,6	-5,1	-0,5	1,8	-4,3	-0,8

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:

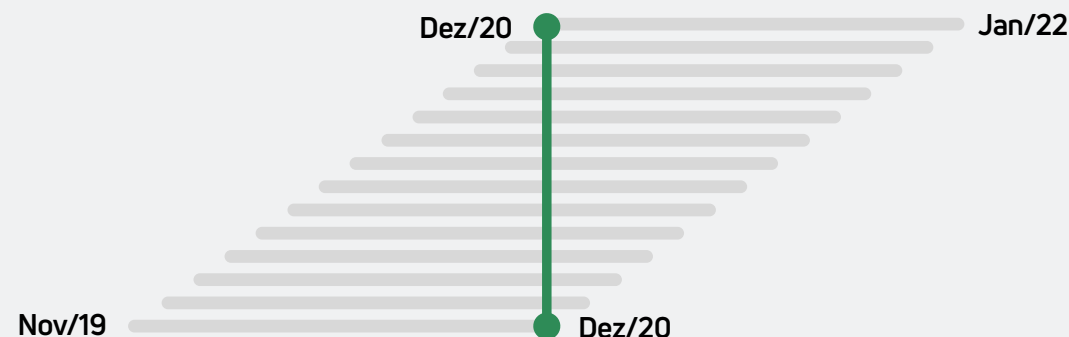
- 1 a base total de clientes cresce ao longo do tempo;
- 2 os clientes podem ter mais de um provedor de adquirência e podem fazer essa escolha de forma indiscriminada;
- 3 o percentual de pagamentos por meios eletrônicos aumenta a cada ano.

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 Unidos²⁵.

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 (TPV²⁶) 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 a uma base menor de clientes sejam mitigadas, ao mesmo tempo em que não nos restringe a apenas uma amostra fixa de clientes, o que poderia resultar em viés no indicador.

24. 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>

25. TPV: Total Payment Volume.

Responsáveis Técnicos

Economic Research Stone Co.

✉ economics@stone.com.br

Instituto Propague

✉ contato@institutopropague.com.br



instituto

Propague

stone