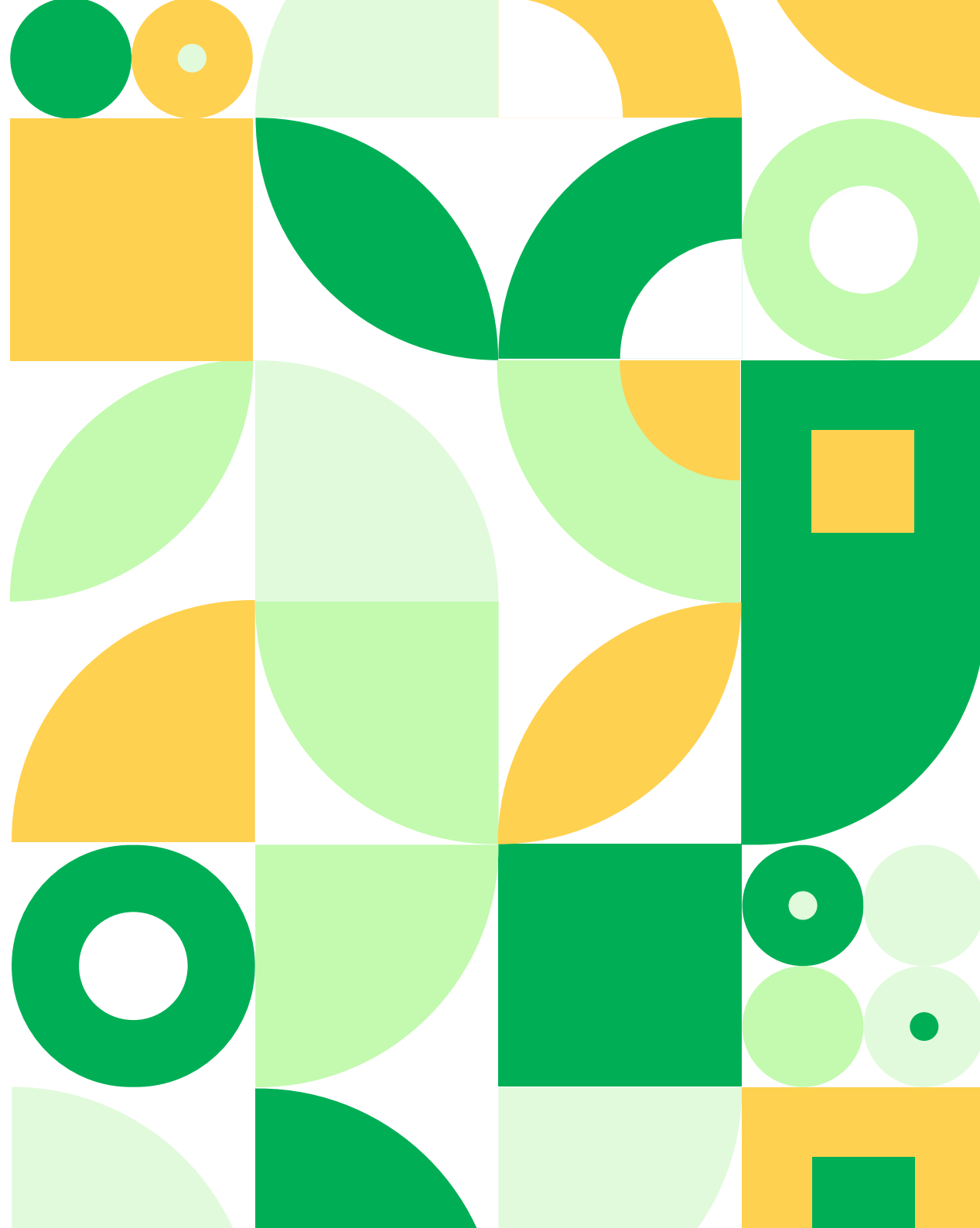


Novembro, 2023

Stone Varejo

Novembro movimentou o setor
e fecha com alta de 2,1%



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 décima primeira edição, trazemos os resultados de novembro de 2023¹.

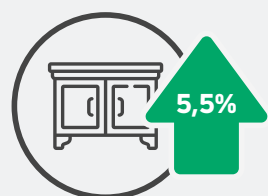
O comércio varejista registrou alta de 2,1%² do volume de vendas no comparativo anual em novembro, revertendo tendência de queda em outubro quando registramos uma desaceleração de 1% (dado revisado, após divulgação inicial de queda de 2,8%³). O índice restrito⁴ segue o índice ampliado e apresenta alta de 0,5%, após queda de 2,9% em outubro (dado revisado, após divulgação inicial de queda de 4,9%⁵).

O comparativo mensal sazonalmente ajustado segue a mesma tendência e apresenta alta do volume de vendas tanto no índice

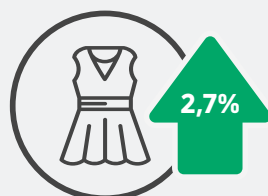
ampliado quanto no índice restrito, com 1,8% e 2,3%, respectivamente. Esses resultados recolocam os índices em trajetória similar a de setembro, quando registrou alta de 3,3% e 1,7%, respectivamente. No entanto, apesar do resultado positivo do mês, dada a queda inesperada de outubro, o cenário de incertezas se mantém quanto aos prospectos para dezembro.

Na análise setorial, há uma melhora com relação ao cenário de outubro, com quatro dos seis setores acompanhados apresentando alta em novembro. O maior crescimento foi do setor de **Móveis e Eletrodomésticos**, com um aumento de 5,5% no comparativo anual e 4,0% no comparativo mensal. Esse resultado, somado à alta de setembro (3,5%), é importante para o resultado geral do segmento desse ano. Já **Livros, Jornais, Revistas e Papelaria** apresentou, pelo quarto mês consecutivo, o pior desempenho entre os setores analisados, com queda de 5,6% no comparativo anual.

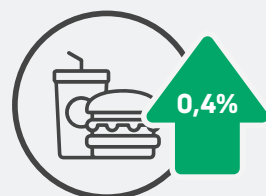
Regionalmente, também se observa tendência de melhora. Depois de apenas quatro estados registrarem crescimento em outubro, novembro apresenta aumento no volume de vendas em doze estados e no **Distrito Federal**. Um destaque positivo é a região Sudeste, onde todos os estados apresentaram aumento. O maior crescimento, contudo, foi registrado por **Tocantins (6,2%)**, seguido pelo **Distrito Federal (6,1%)** e pelo **Espírito Santo (4,8%)**.



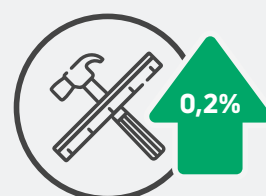
Móveis e eletrodomésticos



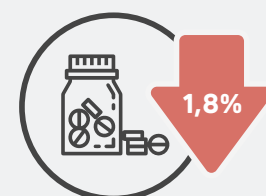
Tecidos, vestuário e calçados



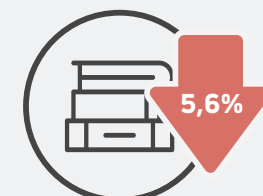
Produtos alimentícios, bebidas e fumo



Material de construção



Artigos farmacêuticos



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

2. Todo o processo de coleta e consolidação de dados foi revisado e reformulado a fim de melhorar a assertividade do indicador. Essa reformulação, inevitavelmente, gerou algumas alterações, com alguns segmentos mais afetados do que outros. Não obstante, o diagnóstico feito ao longo do ano não se altera.

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

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

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

Índices & Variação Anual

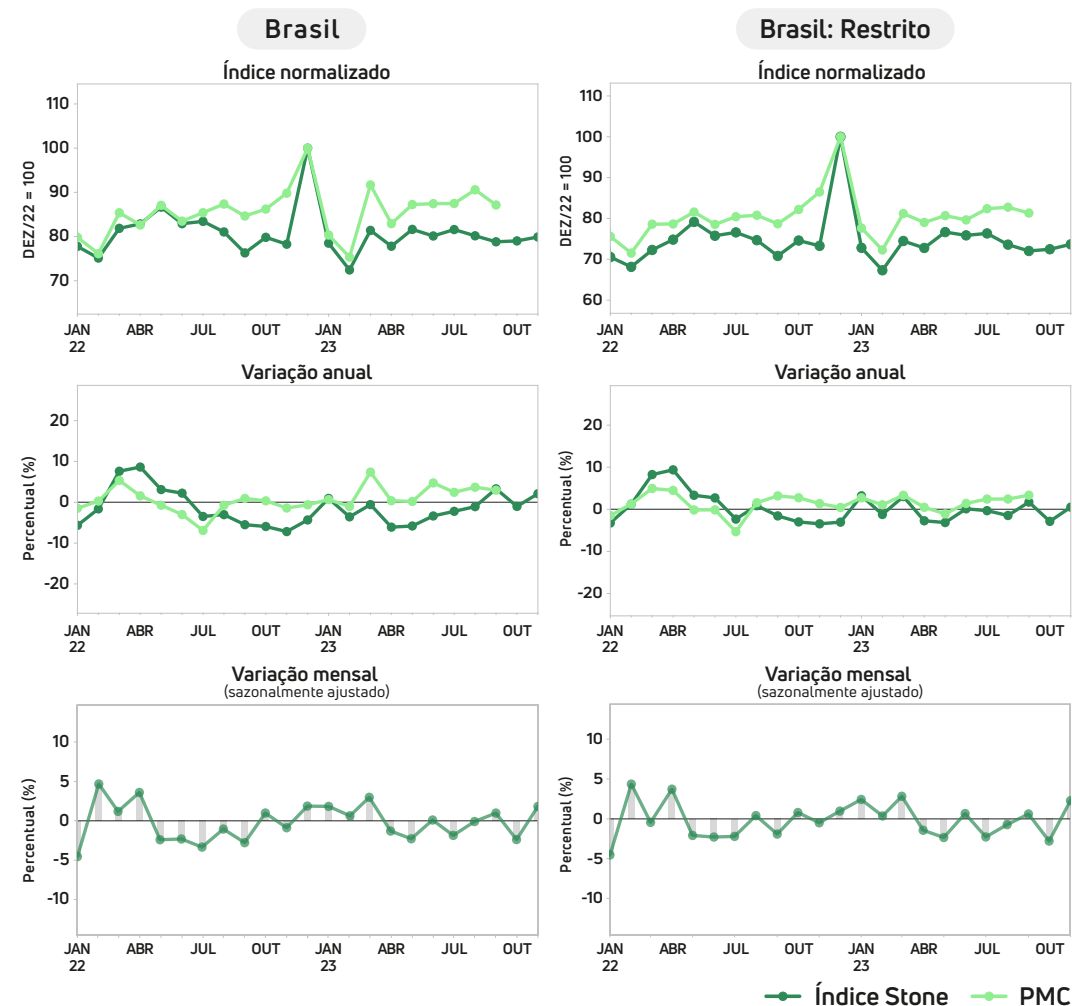
BRASIL

Na primeira edição do Stone Varejo, analisamos o status da atividade econômica em novembro de 2023⁶. Os resultados mostram que o **índice ampliado**⁷ apresentou alta de 2,1%⁸ na comparação anual. O **índice restrito**⁹ segue o ampliado e registra alta de 0,5%. Comparando esses resultados com os de outubro, que apresentou queda de 1,0% no ampliado (dato revisado, após divulgação inicial de queda de 2,8%¹⁰) e queda de 2,9% no restrito (dato revisado, após divulgação inicial de queda de 4,9%¹¹), o varejo nacional reverte tendência de queda no penúltimo mês do ano.

Esse movimento também é observado no resultado do comparativo mensal sazonalmente ajustado, que **apresentou alta do volume de vendas tanto no índice ampliado quanto no restrito, de 1,8% e 2,3%**, respectivamente. Mesmo diante de um cenário geral de melhora, a volatilidade dos resultados nessa reta final do ano amplia as incertezas quanto aos prospectos para dezembro, reforçando a necessidade de cautela e contínua análise dos resultados para promover diagnósticos mais assertivos.

A análise setorial segue panorama similar, com quatro dos seis setores acompanhados apresentando alta em novembro, ante queda generalizada observada em outubro. Esse resultado reforça o diagnóstico de um final de ano volátil e sem direção clara.

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



6. 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 novembro é uma comparação entre novembro de 2023 e novembro de 2022. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre novembro de 2023 e outubro de 2023.

7. 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.*

8. Todo o processo de coleta e consolidação de dados foi revisado e reformulado a fim de melhorar a assertividade do indicador. Essa reformulação, inevitavelmente, gerou algumas alterações, com alguns segmentos mais afetados do que outros. Não obstante, o diagnóstico feito ao longo do ano não se altera.

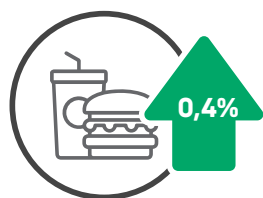
9. Exclui os segmentos de Material de Construção, Combustíveis, Veículos e Peças e Atacarejo.

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

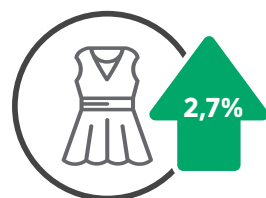
11. Ver seção "Tabela de dados" para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

12. 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**. Ambos reverteram a tendência de outubro e apresentaram alta em novembro. No caso de **Produtos Alimentícios e Bebidas** foi observada uma alta anual de 0,4%, após um resultado negativo de 3,3% em outubro (dato revisado, após divulgação inicial de queda de 6,7%¹⁴), acompanhado de uma alta de 3,9% no comparativo mensal sazonalmente ajustado. O setor de **Tecidos, Vestuário e Calçados** apresentou alta de 2,7% no comparativo anual e de 4,0% no comparativo mensal em novembro. Após um ano difícil, em que o setor ficou consistentemente em níveis inferiores aos de 2022, a alta de novembro é relevante e contrasta com os meses anteriores – uma pequena alta de 0,6% em setembro e queda de 4,6% em outubro (dato revisado, após divulgação inicial de queda de 6,0%¹⁵). Mais uma vez, no entanto, a volatilidade dos resultados dos últimos meses torna estimativas para dezembro difíceis.

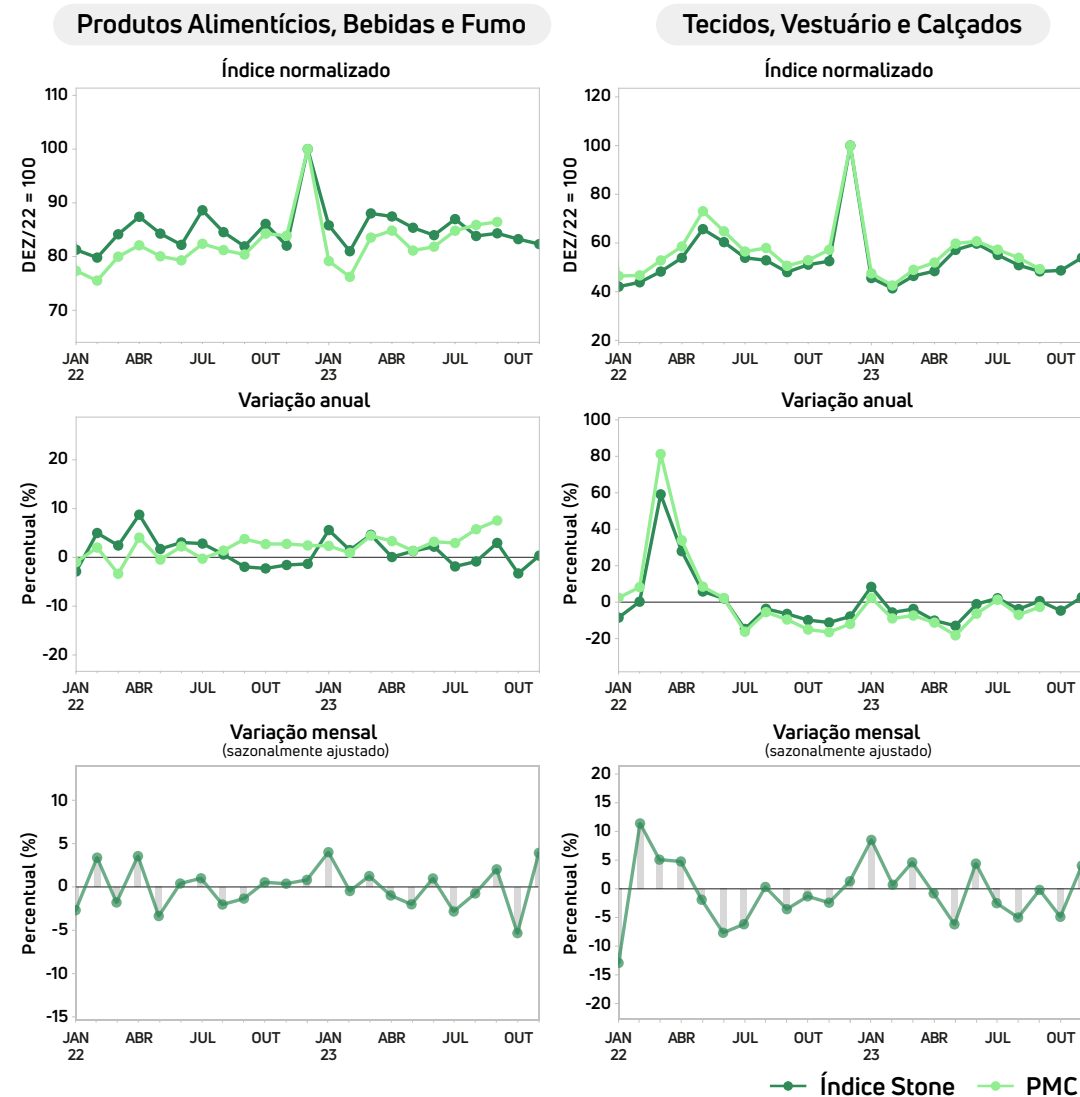


Produtos alimentícios,
bebidas e fumo



Tecidos, vestuário
e calçados

Figura 2 | Índice Stone Varejo: Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo, e Tecidos, Vestuário e Calçados^{16,17}



14 e 15. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

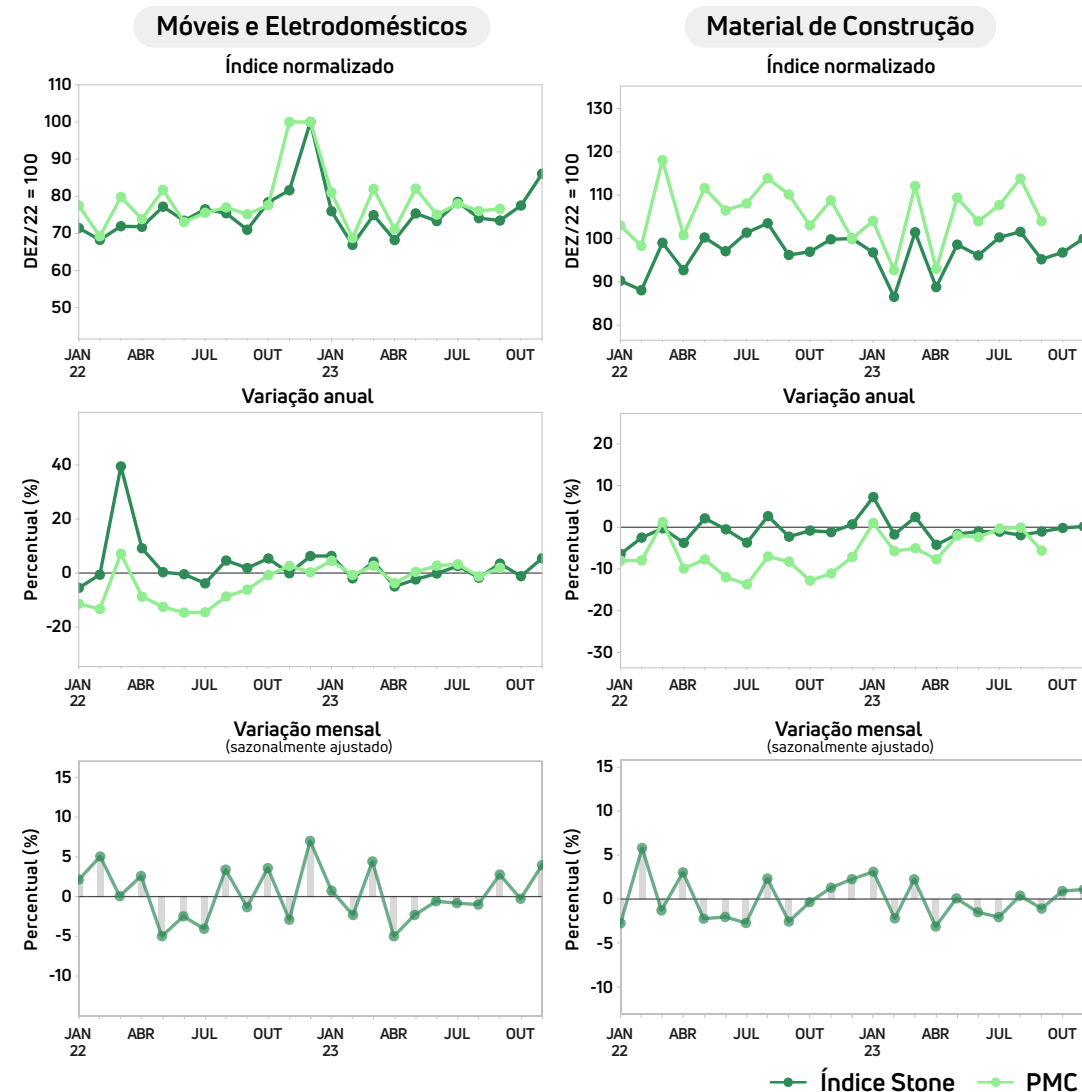
16. Ver seção “Tabela de dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

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

O setor de **Móveis e Eletrodomésticos**, por sua vez, teve o melhor resultado do mês e registrou alta de 5,5% e de 4,0% no comparativo anual e mensal, respectivamente. Este resultado coloca o setor em tendência similar à registrada pelos índices gerais, tornando, portanto, prognósticos para o fechamento do ano igualmente difíceis. Não obstante, as altas registradas em novembro e setembro (3,5%) são importantes para o resultado geral do setor no ano. O setor de **Material de Construção** também teve resultado positivo. O segmento registrou uma alta de 0,2% no comparativo anual e 1,1% no comparativo mensal, consolidando tendência de melhora observada nos últimos quatro meses e reforçando a sua resiliência ao longo do ano.



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



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 registrou queda de 1,8% e de 0,4% no comparativo anual e mensal, respectivamente, o que dá continuidade à tendência de queda de outubro, revertendo o cenário geral mais sólido e majoritariamente positivo ao longo do ano para o setor. No entanto, é interessante notar que esse resultado é possivelmente explicado pela alta base de comparação do final de 2022, não representando, necessariamente, um alerta para o segmento. Já **Livros, Jornais, Revistas e Papelaria** apresentou, pelo quarto mês consecutivo, o pior desempenho entre os setores analisados. O segmento registrou queda de 5,6% do volume de vendas no comparativo anual, mas um leve crescimento de 0,5% no comparativo mensal sazonalmente ajustado. Apesar da redução da queda apresentada nos últimos meses e o pequeno crescimento no comparativo mensal em novembro, o segmento registrou diversos resultados negativos ao longo do ano e ainda requer atenção.

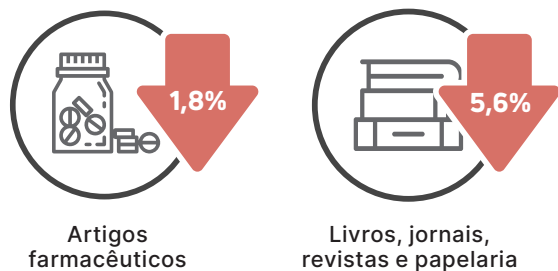
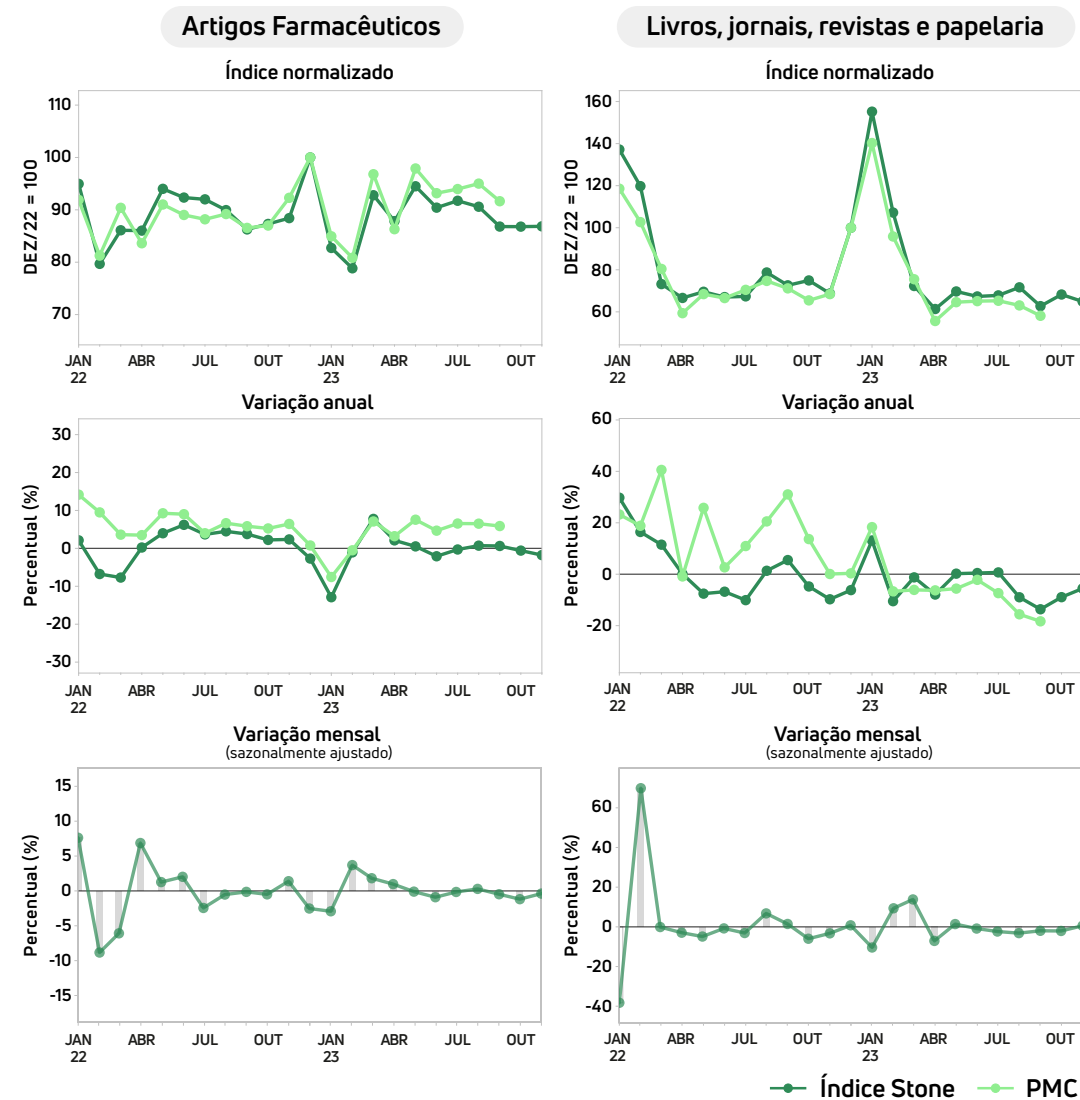


Figura 4 | Índice Stone Varejo: Artigos Farmacêuticos, Jornais, Revistas e Papelarias^{20,21}



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

21. 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 Restrito²² por estado. Depois de apenas quatro estados registrarem crescimento em outubro, o resultado de novembro apresenta aumento no volume de vendas em doze estados, mais o Distrito Federal.

Olhando para os destaques negativos, destacam-se com as quedas mais expressivas os estados de **Alagoas (12,2%)**, **Amapá (9,5%)** e **Acre (6,1%)**. É o terceiro mês consecutivo que o Amapá figura entre os piores resultados registrados regionalmente, acendendo um alerta para a trajetória de queda acentuada do varejo no estado. Outro destaque negativo fica por conta da região Nordeste, onde apenas o Ceará obteve resultado positivo – um pequeno crescimento de 0,2%.

Dentre os destaques positivos, podemos citar o estado do **Tocantins**, cuja alta de 6,2% em novembro consolida o seu quinto resultado positivo seguido. O estado só apresentou uma queda ao longo de todo o ano e vem fazendo um segundo semestre inteiramente positivo até aqui. Também apresentaram altas sólidas o **Distrito Federal (6,1%)**, o **Espírito Santo (4,8%)** e o **Mato Grosso do Sul (3,2%)**. Outro destaque positivo fica por conta da região Sudeste, onde todos os estados apresentaram resultados positivos. Além do já citado Espírito Santo, observou-se crescimento no **Rio de Janeiro (2,4%)**, **São Paulo (1,0%)** e **Minas Gerais (0,7%)**.

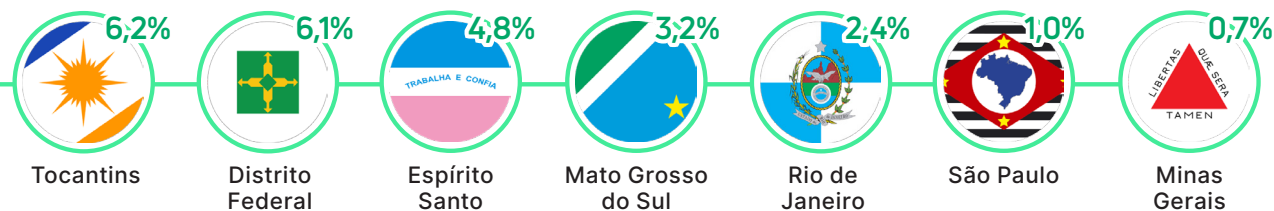
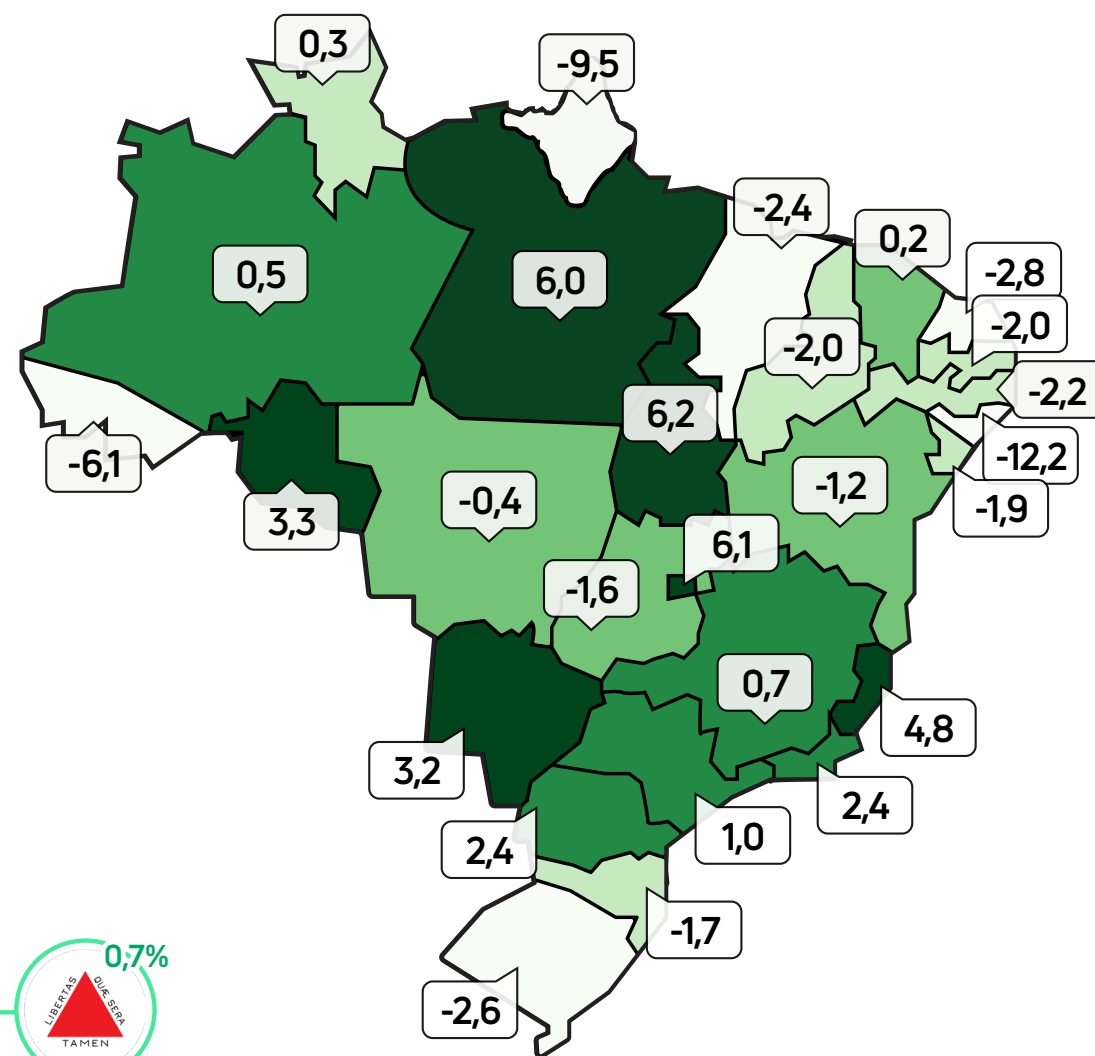


Figura 5 | Variação anual do índice Stone Varejo por estado (%)



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

Tabela de dados

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

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:

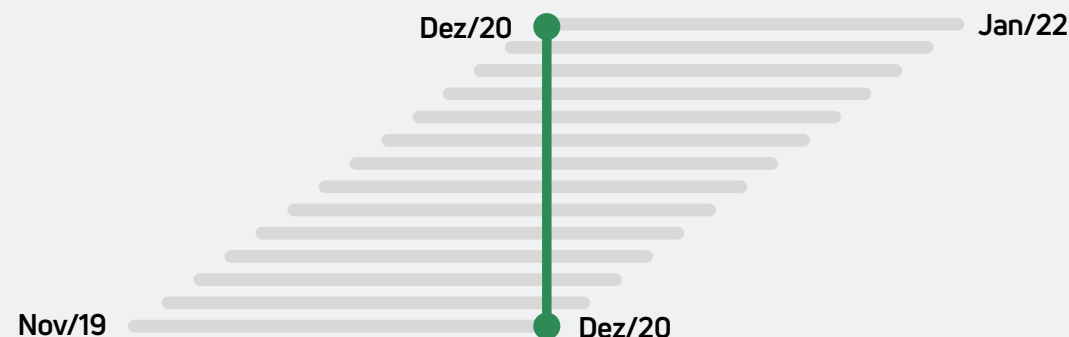
- 1 a base total de clientes cresce ao longo do tempo;
- 2 os clientes podem ter mais de um provedor de adquirência e podem fazer essa escolha de forma indiscriminada;
- 3 o percentual de pagamentos por meios eletrônicos aumenta a cada ano.

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 Unidos²³.

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 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.

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 Payment Volume.

Responsáveis Técnicos

Economic Research Stone Co.

✉ economics@stone.com.br

Instituto Propague

✉ contato@institutopropague.com.br



instituto
Propague

stone