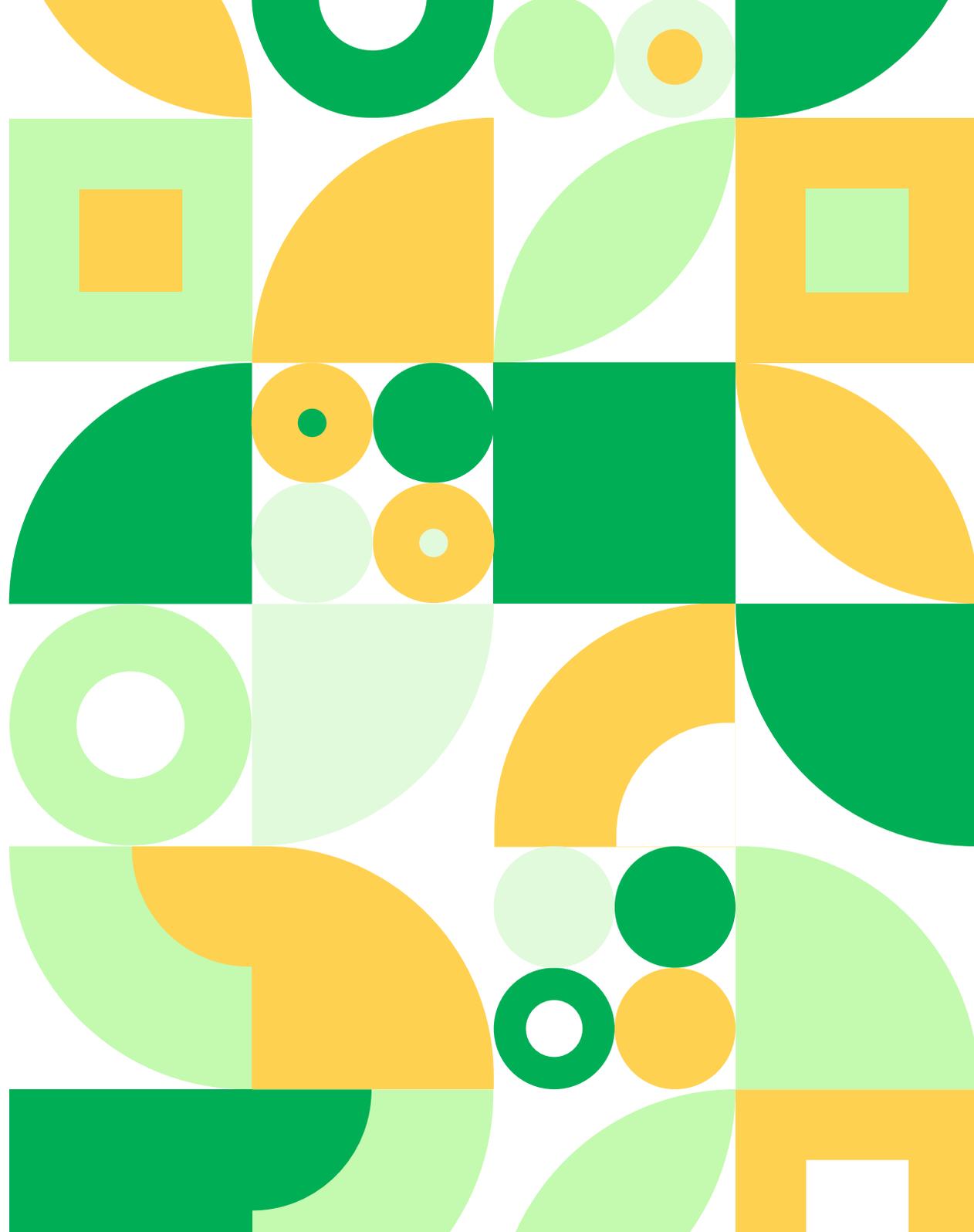


Fevereiro, 2024

Stone Varejo

Fevereiro registra nova
queda de 4,1% no setor



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, que é calculado com base em dados públicos da Receita Federal e dados transacionais dos clientes do grupo StoneCo. Nesta 14ª edição, trazemos os resultados de fevereiro de 2024¹.

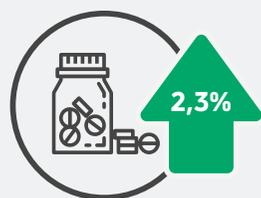
O comércio varejista registrou queda de **4,1%** do volume de vendas no comparativo anual em fevereiro, seguindo a tendência observada em janeiro, que apresentou queda de 2,1% (dado revisado, após divulgação inicial de queda 1,7%²). O índice restrito³ segue o índice ampliado e apresenta queda de **5,4%**, após queda de 3,2% em janeiro (dado revisado, após divulgação inicial de queda de 2,8%).

No comparativo mensal sazonalmente ajustado, o índice também

apresentou queda do volume de vendas tanto no índice ampliado, quanto no índice restrito, com **0,3%** e **0,4%**, respectivamente. Esses resultados indicam manutenção da tendência observada em janeiro e as baixas quedas mensais apontam que, embora a queda anual tenha se ampliado, os níveis de fevereiro seguem em linha com os de janeiro. O diagnóstico de retração também se observa nas análises setoriais e regionais, o que evidencia um cenário de queda generalizada do volume de vendas no mês do Carnaval. Esse, e outros feriados não comerciais, tendem a afetar negativamente os resultados do comércio varejista.

Na análise setorial, apenas o setor de **Artigos Farmacêuticos**, entre os seis setores acompanhados, apresentou alta do volume de vendas, tanto no comparativo anual (**2,3%**), quanto no comparativo mensal (**3,8%**). O pior desempenho foi do setor de **Tecidos, Vestuário e Calçados**, com uma queda de **11,6%**. Já o principal detrator (considerando seu peso no índice) de fevereiro foi o setor de **Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo**, que apresentou queda anual de **6,5%**.

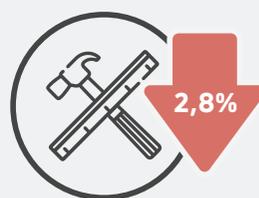
Regionalmente, também se observa um cenário generalizado de queda do volume de vendas. Apenas os estados do **Acre (2,8%)**, do **Piauí (1,8%)** e do **Mato Grosso do Sul (0,3%)** registraram alta em fevereiro.



Artigos farmacêuticos



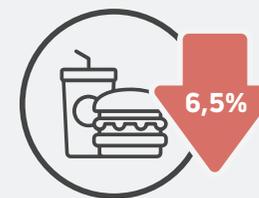
Livros, jornais, revistas e papelaria



Material de construção



Móveis e eletrodomésticos



Produtos alimentícios, bebidas e fumo



Tecidos, vestuário e calçados

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 fevereiro é uma comparação entre fevereiro de 2024 e fevereiro de 2023. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre fevereiro de 2024 e janeiro de 2024.

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*.

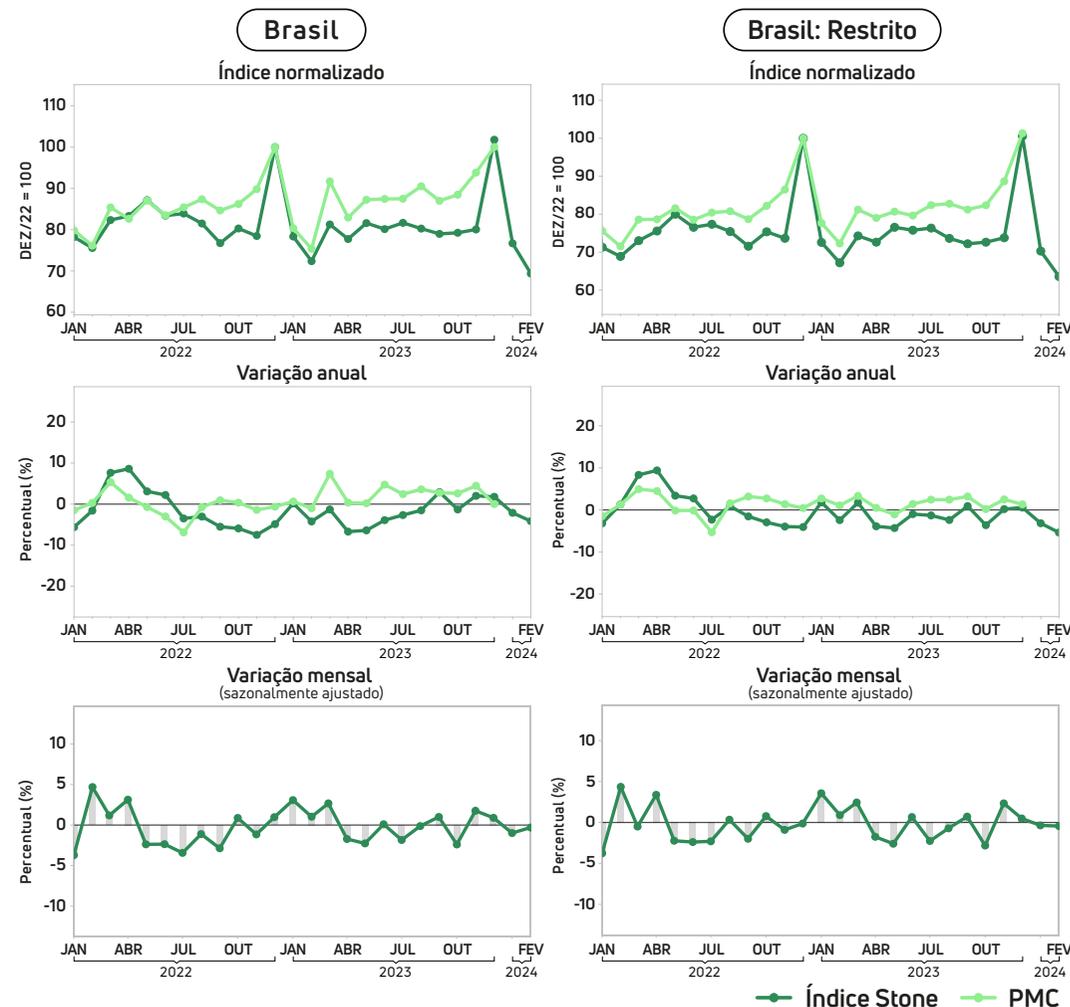
Índices & Variação Anual

BRASIL

Na 14ª edição do Stone Varejo, analisamos o status da atividade econômica em fevereiro de 2024⁴. Os resultados mostram que o **índice ampliado**⁵ apresentou queda de **4,1%** na comparação anual. O **índice restrito**⁶ segue o ampliado e registra queda de **5,4%**. Assim, o varejo nacional mantém a tendência negativa observada em janeiro, quando apresentou queda de 2,1% no índice ampliado (dado revisado após divulgação inicial de queda 1,7%⁷) e de 3,2% no restrito (dado revisado após divulgação inicial de queda de 2,8%⁸).

O índice também apresentou queda na comparação mensal do volume de vendas tanto na sua versão ampliada, quanto na versão restrita, com **0,3%** e **0,4%**, respectivamente. As baixas quedas mensais indicam que, embora a queda anual tenha se ampliado entre janeiro e fevereiro, no comparativo mensal, os níveis de fevereiro seguem em linha com os de janeiro. Os resultados, como um todo, podem estar relacionados aos efeitos do Carnaval, que, como outros feriados não comerciais, tende a provocar um efeito negativo no comércio varejista⁹.

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



4. 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 fevereiro é uma comparação entre fevereiro de 2024 e fevereiro de 2023. Já a variação mensal é uma comparação entre o mês e o mês anterior, ou seja, entre fevereiro de 2024 e janeiro de 2024.

5. 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.*

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

7 e 8. A metodologia utilizada faz com que números passados sejam revisados continuamente, melhorando sua assertividade.

9. Vale notar, no entanto, que outros setores não contemplados pelo indicador (como segmentos do setor de serviços) não são, necessariamente, afetados de forma negativa por feriados desse tipo. Há casos em que feriados como o Carnaval podem, inclusive, impactar positivamente esses segmentos.

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

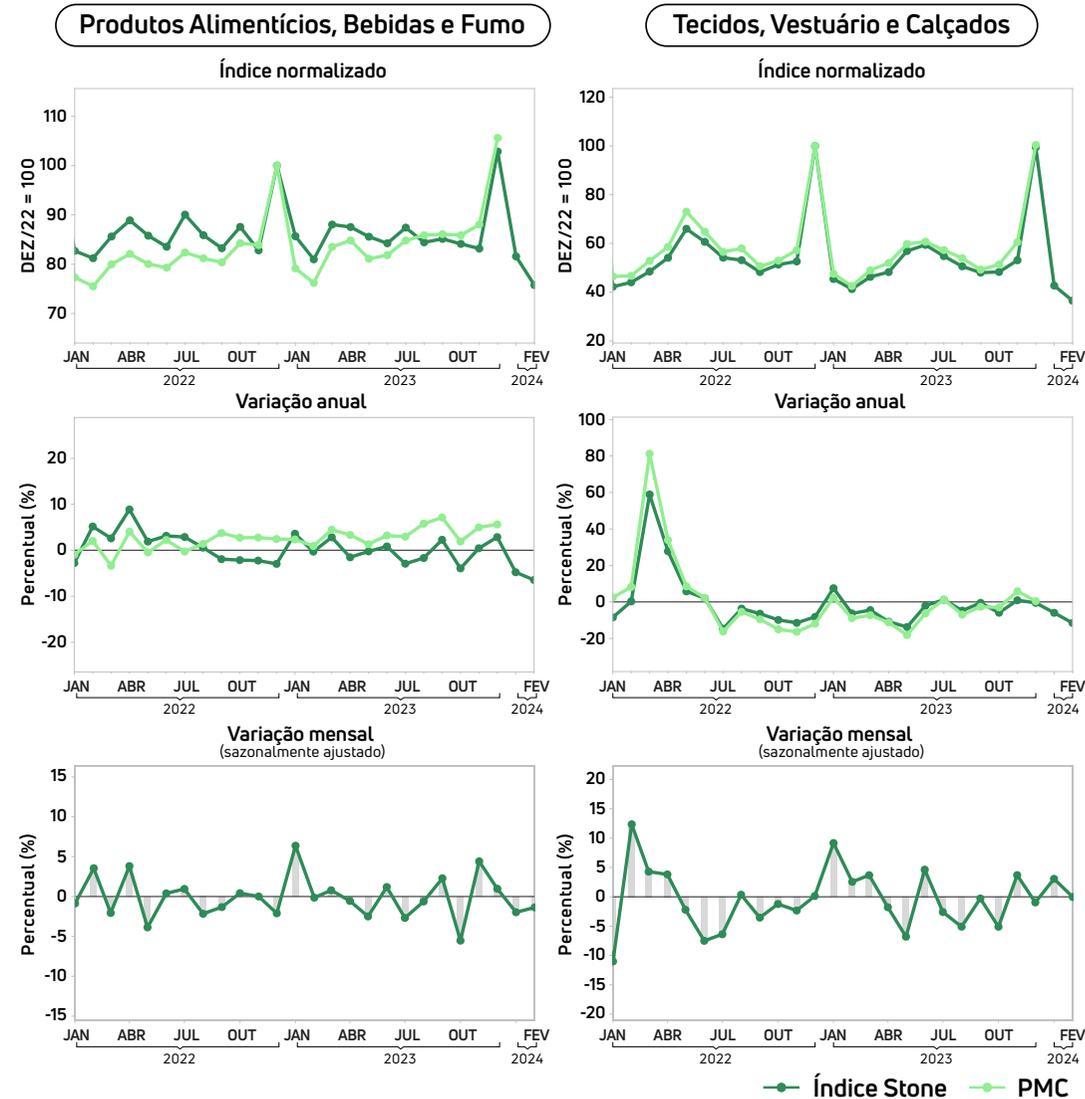
11. Índice normalizado: Indicador dividido por seu valor em dezembro de 2022. Brasil Restrito: Exclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis, Veículos e Peças, e Atacarejo.*

Na análise setorial, apenas um setor, entre os seis setores acompanhados, apresentou alta do volume de vendas, o que reforça o diagnóstico de queda generalizada com o varejo sendo afetado de forma muito horizontal pelos efeitos do Carnaval.

A **Figura 2** mostra os resultados dos setores de **Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo e Tecidos, Vestuário e Calçados**. O primeiro registrou queda anual de **6,5%**, após queda de 4,8% em janeiro. Este resultado é acompanhado de **queda de 1,4% no comparativo mensal**, o que coloca o setor com tendência clara de queda neste início de ano. Dado seu peso no índice, o resultado do setor teve grande impacto no resultado consolidado do mês. O setor de **Tecidos, Vestuário e Calçados** apresentou queda de **11,6% no comparativo anual** e **0% de variação mensal em fevereiro**. Após um final de ano de recuperação para o setor, o resultado de fevereiro mantém o setor nos mesmos níveis de janeiro (em baixa).



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.

Na **Figura 3** vemos os dados dos setores de **Móveis e Eletrodomésticos** e **Material de Construção**. O setor de **Móveis e Eletrodomésticos** registra mais uma queda, de **4,3%** no comparativo anual e de **1,2%** no comparativo mensal. Esse resultado mantém o setor em níveis similares desde dezembro e sustenta a tendência de queda do setor. Enquanto isso, o segmento de **Material de Construção** registrou queda de **2,8%** e de **0,8%** no comparativo anual e mensal, respectivamente. Após três quedas consecutivas, o setor passa a sinalizar, de forma mais clara, tendência negativa.

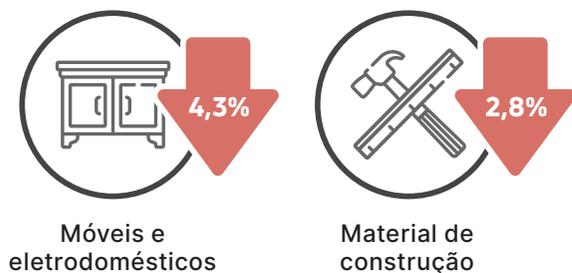
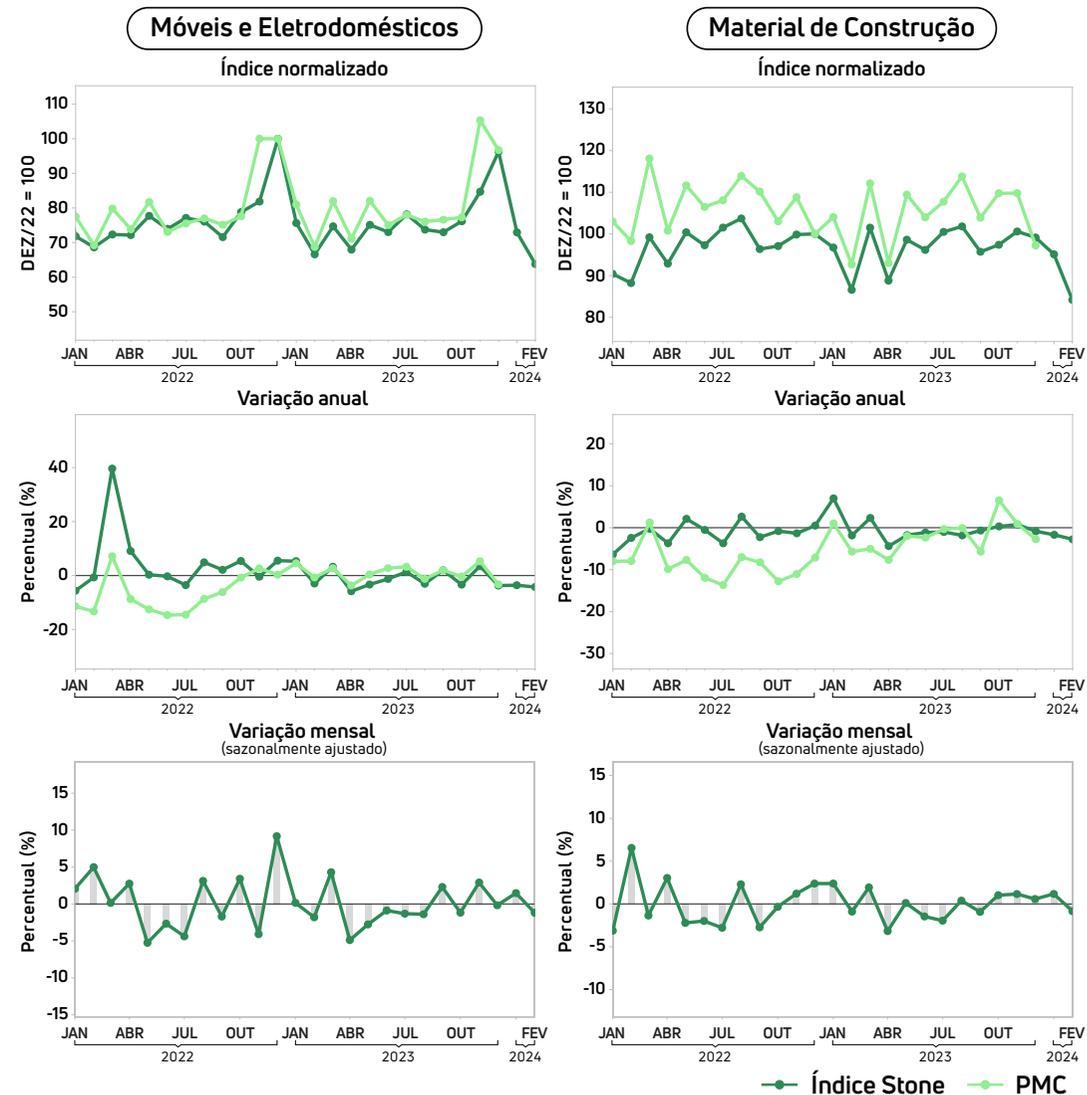


Figura 3 | Índice Stone Varejo : Móveis e Eletrodomésticos, e Material de Construção^{14,15}



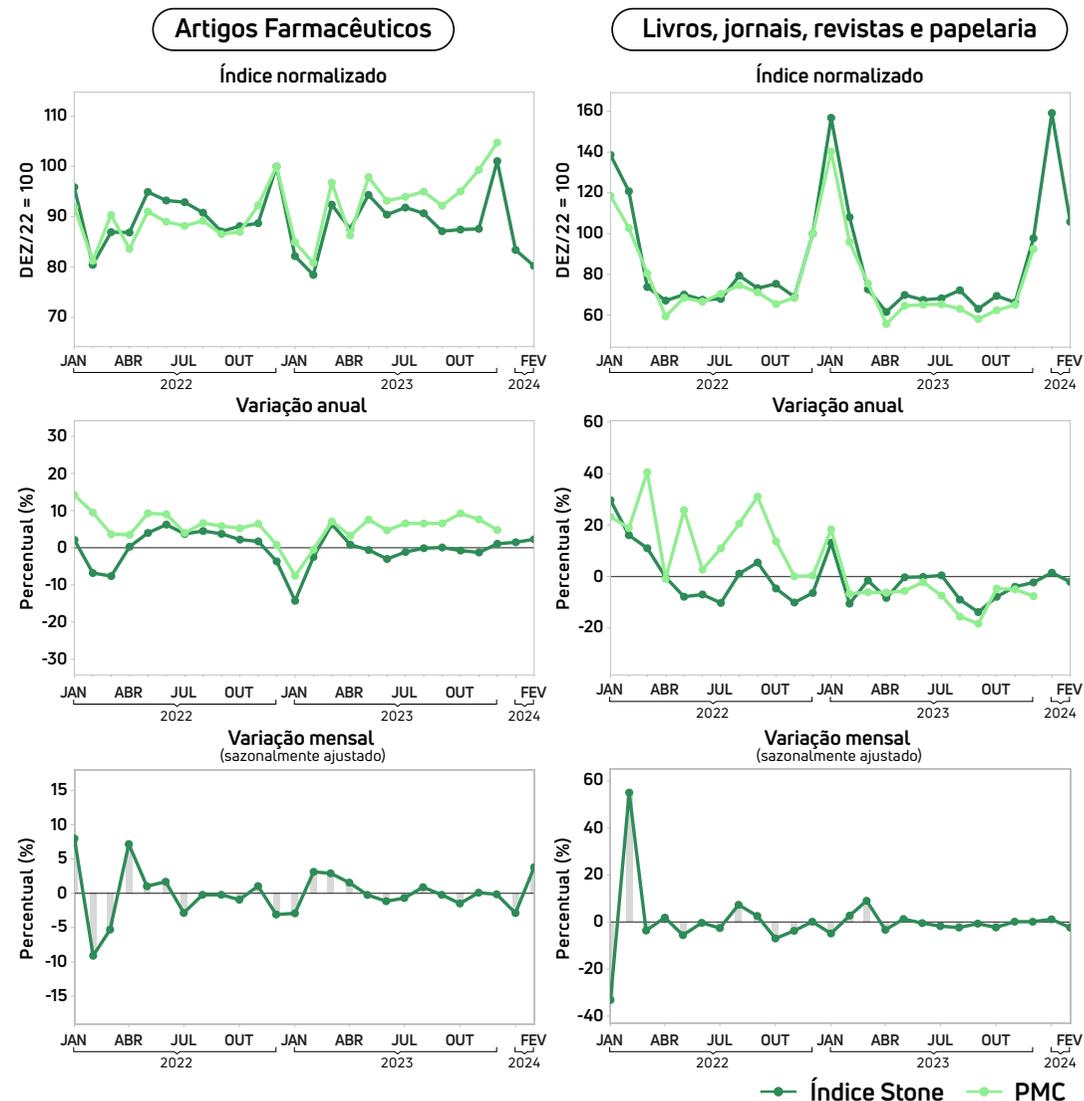
14. Ver seção “Tabela de dados” para consultar os valores do Índice Stone Varejo mês a mês.

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

A **Figura 4** traz os dados dos setores de **Artigos Farmacêuticos** e **Livros, Jornais, Revistas e Papelaria**. O primeiro registrou a única alta entre os setores analisados: de 2,3% e de 3,8% no comparativo anual e mensal, respectivamente. Com esses resultados, o setor registra sua terceira alta anual seguida, agora também acompanhada de uma alta relevante no comparativo mensal, consolidando uma tendência positiva para o setor. Já no setor de **Livros, Jornais, Revistas e Papelaria**, a queda de 2,1% do volume de vendas no comparativo anual foi acompanhada por queda de 2,4% no comparativo mensal sazonalmente ajustado. O resultado é particularmente importante pois, após janeiro, devido ao início do ano letivo, fevereiro é o segundo mês mais importante para o setor, chegando a representar mais de 12% do faturamento anual.



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

Índices & Variação Anual

ESTADOS

A Figura 5 mostra a variação anual do Índice Stone Varejo Restrito¹⁸ por estado, que reforça o diagnóstico de um cenário generalizado de queda do volume de vendas do varejo nacional. Em fevereiro apenas três estados apresentaram resultados positivos, o que também mostra uma piora com relação a janeiro, quando seis estados mostraram crescimento.

Os resultados positivos foram observados no **Acre**, com um crescimento de 2,8%, no **Piauí**, que registrou alta de 1,8%, e no **Mato Grosso do Sul**, que apresentou um crescimento de 0,3% em fevereiro.

Entre os resultados negativos, destacam-se as regiões Sul e Sudeste, onde todos os estados apresentaram queda do volume de vendas. As principais quedas dessas regiões foram registradas no **Espírito Santo** (10,4%), no **Rio Grande do Sul** (7,5%) e em **Santa Catarina** (6,7%).

A queda mais expressiva, contudo, foi registrada em **Alagoas** (18,4%) que apresentou o pior resultado regional pelo segundo mês consecutivo. Outros destaques negativos das regiões Norte e Nordeste ficam por conta das quedas registradas no **Pará** (9,3%) e em **Pernambuco** (8,6%). Nesse cenário, vale ressaltar a região Nordeste, que apresentou os dois maiores resultados positivos, mas também dois dos três piores resultados. Já as regiões Sul e Sudeste registraram apenas resultados negativos em janeiro de 2024.



Acre

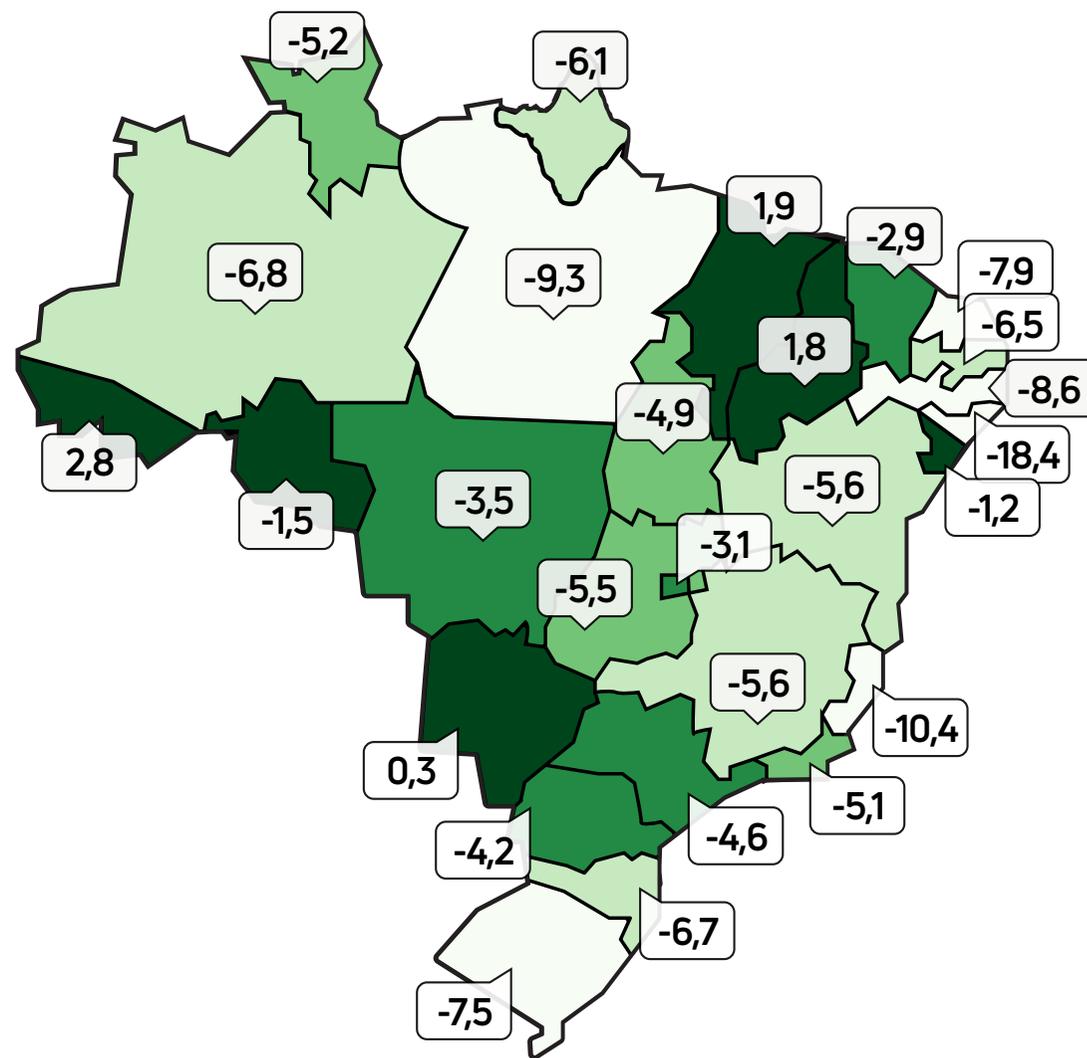


Piauí



Mato Grosso do Sul

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



18. 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 fevereiro de 2024 e fevereiro de 2023. Mais especificamente, o índice restrito de fevereiro de 2024 comparado ao índice restrito de fevereiro de 2024.

Tabela de dados

	Variação Mensal (%) Sazonalmente Ajustada			Variação Anual (%)		
	DEZ/23	JAN/24	FEV/24	DEZ/23	JAN/24	FEV/24
Índice Stone	0,9	-1,0	-0,3	1,8	-2,1	-4,1
Índice Stone Restrito	0,5	-0,4	-0,4	0,6	-3,2	-5,4
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,2	-2,9	3,8	1,1	1,5	2,3
Hipermercados, supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo	1,0	-2,0	-1,4	2,9	-4,8	-6,5
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,1	1,1	-2,4	-2,3	1,5	-2,1
Material de construção	0,6	1,2	-0,8	-0,9	-1,7	-2,8
Móveis e eletrodomésticos	-0,2	1,5	-1,2	-3,7	-3,6	-4,3
Tecidos, vestuário e calçados	-1,0	3,1	0,0	-0,5	-6,0	-11,6

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:

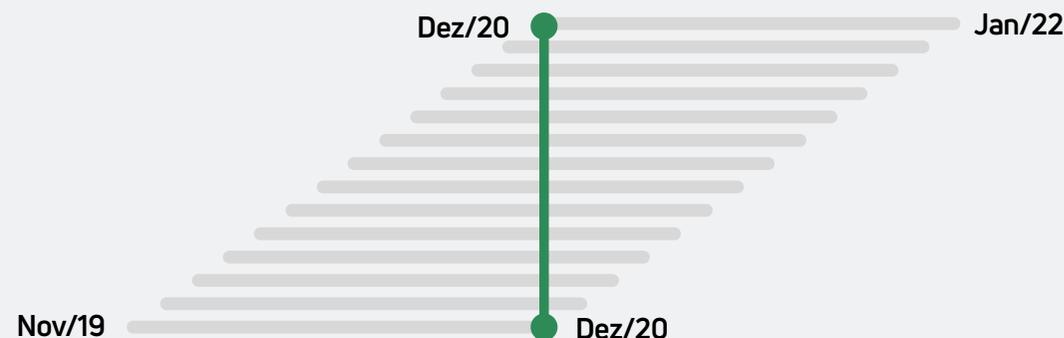
- 1 a base total de clientes cresce ao longo do tempo;
- 2 os clientes podem ter mais de um provedor de adquirência e podem fazer essa escolha de forma indiscriminada;
- 3 o percentual de pagamentos por meios eletrônicos aumenta a cada ano.

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 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

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.

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.

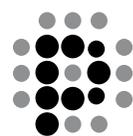
Responsáveis Técnicos

Economic Research Stone Co.

✉ economics@stone.com.br

Instituto Propague

✉ contato@institutopropague.com.br



instituto

Propague

stone