NOVEMBRO, 2024

ÍNDICE DO VAREJO stone

VAREJO TEM LEVE DESACELERAÇÃO EM NOVEMBRO, MAS RESULTADO SUGERE ESTABILIDADE

Entenda os impactos macroeconômicos nesse cenário e saiba como ajustar as estratégias do seu negócio neste final de ano.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO ---------- 03

PANORAMA NACIONAL ---------- 04

SEGMENTOS DO VAREJO ---------- 07

ESTADOS DO BRASIL ---------- 12

COMPILADO DOS DADOS ---------- 14

GLOSSÁRIO

Para mais detalhes, ver Documento de Metodologia

Índice Stone

Representa o volume de vendas mensal de determinado setor ou agrupamento de setores.

Índice Ampliado

Inclui no cálculo os segmentos de Artigos Farmacêuticos; Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo; Móveis e Eletrodomésticos; Tecidos, Vestuário e Calçados; Combustíveis e Lubrificantes; Materiais de Construção; Livros, Jornais, Revistas e Papelaria; Artigos de Uso Pessoal; Atacado Especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo (Atacarejo); Equipamentos e Material para Escritório, Informática e Comunicação; e Veículos, Motocicletas, Partes e Peças.

Índice Restrito

Exclui os segmentos de Materiais de Construção; Veículos e Peças; e Atacado Especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo (Atacarejo).

Varejo Digital

Inclui apenas setores do comércio com volume relevante de venda online direta. É construído a partir de um conjunto de dados particular e, portanto, não contribui para os demais índices. Inclui os segmentos: Artigos Farmacêuticos; Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo; Móveis e Eletrodomésticos; Tecidos, Vestuário e Calçados; e Equipamentos e Material para Escritório, Informática e Comunicação.

Varejo Físico

Subconjunto do índice ampliado composto pelos mesmos setores considerados no Índice Digital. Tem como objetivo garantir comparabilidade entre Digital e Físico.

Sazonalmente ajustado

Indica um resultado líquido de efeitos sazonais. Ou seja, livre de efeitos que ocorrem de forma repetida em determinadas datas, também chamados de efeitos calendário.

Variação Mensal

Indica uma comparação entre o mês analisado e o mês anterior de forma dessazonalizada.

Variação Anual

Indica uma comparação entre o mês analisado e o mesmo mês do ano anterior.

PMC/IBGE

É a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

INTRODUÇÃO[1]

O Índice do Varejo Stone apresenta um panorama completo do mercado varejista brasileiro, cruzando informações públicas com os números transacionais de milhões de clientes do grupo StoneCo.

Essa análise detalhada irá ajudar você, empreendedor, a tomar decisões estratégicas mais embasadas, seja para identificar tendências ou ajustar as operações do seu negócio.

Nesta 23ª edição do Índice, analisamos o status da atividade econômica em novembro de 2024.

O comércio varejista registrou **queda de 0,2%** do volume de vendas na comparação com outubro, enquanto o índice restrito apresentou **alta de 1,3%**. Já no comparativo anual, tivemos **alta de 2,9%** tanto no índice ampliado, quanto no índice restrito.

Na comparação entre físico e digital, o comércio digital registrou **queda mensal de 8,8%** enquanto o comércio físico teve **alta de 1,7%** no mês. No comparativo anual desses índices, tivemos **queda de 8,1%** e **alta de 3,2%** para o digital e o físico, respectivamente.

Entre os segmentos analisados, cinco dos oito apresentaram alta mensal em novembro, com destaque para o resultado positivo de ***Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo*** **(+3,5%)** e para o resultado negativo de ***Material de Construção*** **(-4,3%)**.

Regionalmente, os destaques positivos foram o crescimento anual no volume de vendas do varejo em ***Roraima*** **(+10,3%),** ***Amazonas*** **(+9,2%)** e ***Sergipe*** **(+8,6%)**. Em relação aos resultados negativos, a maior queda foi registrada no ***Distrito Federal*** **(-3,5%)**.

1. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário
2. **Nota:** O índice do comércio digital cobre apenas vendas online diretas, ou seja, não considera vendas em e-commerce.

1 PANORAMA NACIONAL

Novembro em números

↑2,9%

de alta na Variação Anual tanto do Índice Ampliado quanto do Restrito

↑1,7%

de crescimento na Variação Mensal do Varejo Físico

↓0,2%

de queda na Variação Mensal do Índice Ampliado

ÍNDICE AMPLIADO Variação Anual

Novembro	6	+2,9%
Outubro	10	+4,9%
Setembro	2	-1,2%

ÍNDICE RESTRITO Variação Anual

Novembro	6	+2,9%
Outubro	7	+3,2%
Setembro	5	-2,2%

1 PANORAMA NACIONAL

ÍNDICE AMPLIADO X RESTRITO[3]

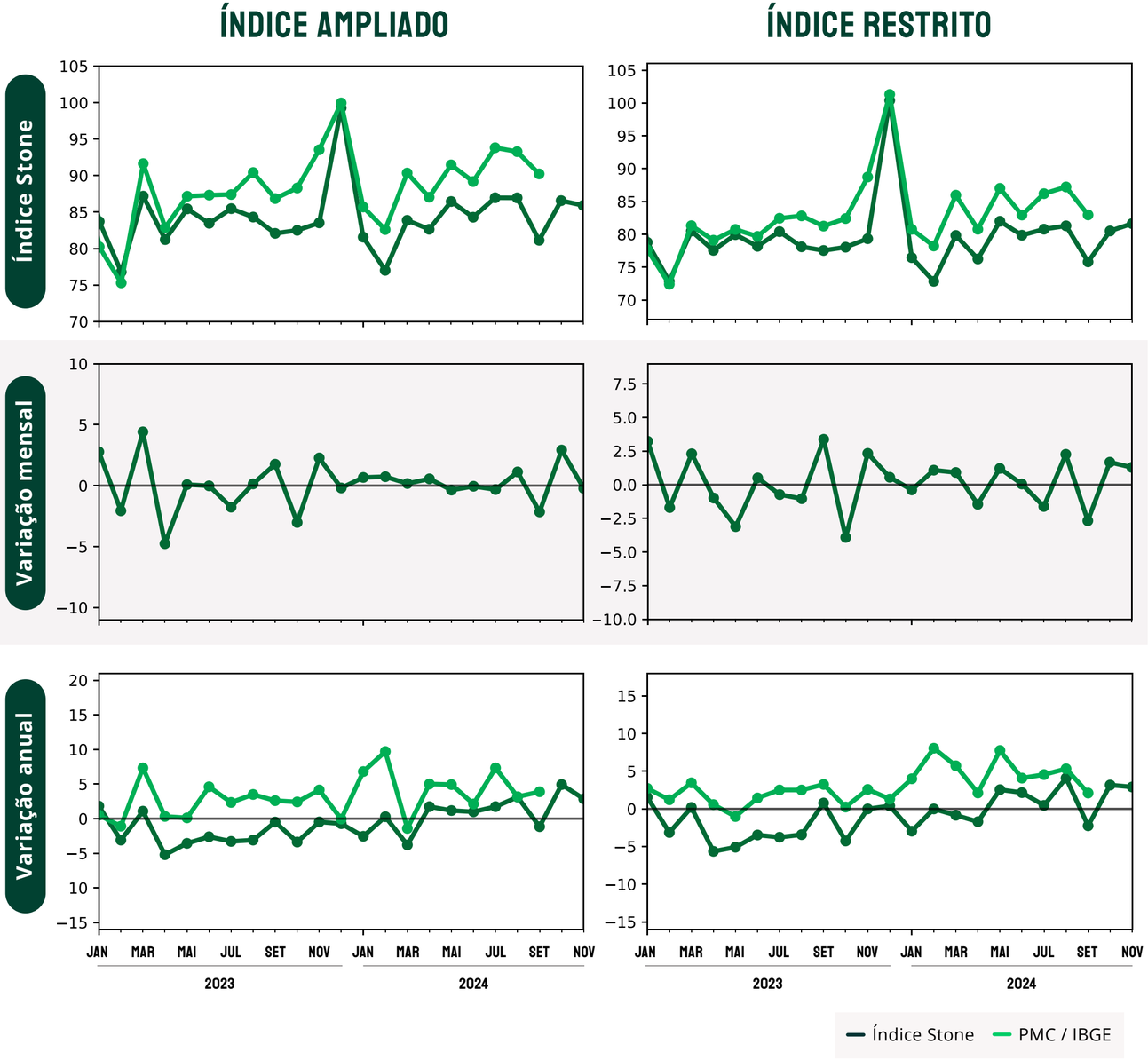
Em novembro de 2024, o índice ampliado registrou uma leve **queda de 0,2%** no comparativo mensal sazonalmente ajustado. Isso aconteceu depois de um expressivo aumento de 2,9% em outubro[4].

Já o índice restrito seguiu na direção oposta, com **alta de 1,3%**, ainda que um pouco abaixo do crescimento de 1,7% registrado em outubro.

No comparativo anual, os índices ampliado e restrito **cresceram 2,9%** em relação a novembro de 2023, indicando que, no geral, o varejo ainda opera acima do ano passado. Porém, o ritmo desacelerou após o forte resultado de outubro.

O cenário macroeconômico não teve grandes mudanças desde a última edição[5], mas em novembro o Comitê de Política Monetária (Copom) aumentou a taxa básica de juros (Selic) para 11,25%. Isso acontece em um **momento de inflação mais alta**, que passou de 4,24% em agosto para 4,76% em outubro, no acumulado de 12 meses.

Com isso, o esperado é que a pressão negativa da inadimplência e do serviço da dívida se torne mais elevada nos próximos meses. Ainda assim, o **bom momento do mercado de trabalho segue sendo uma força positiva para o consumo**, o que torna conclusões sobre a evolução da dinâmica de mercado ainda incertas.



3. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário.

4. Todos os dados são continuamente revisados de acordo com a metodologia. Para mais detalhes, ver: Documento de Metodologia.

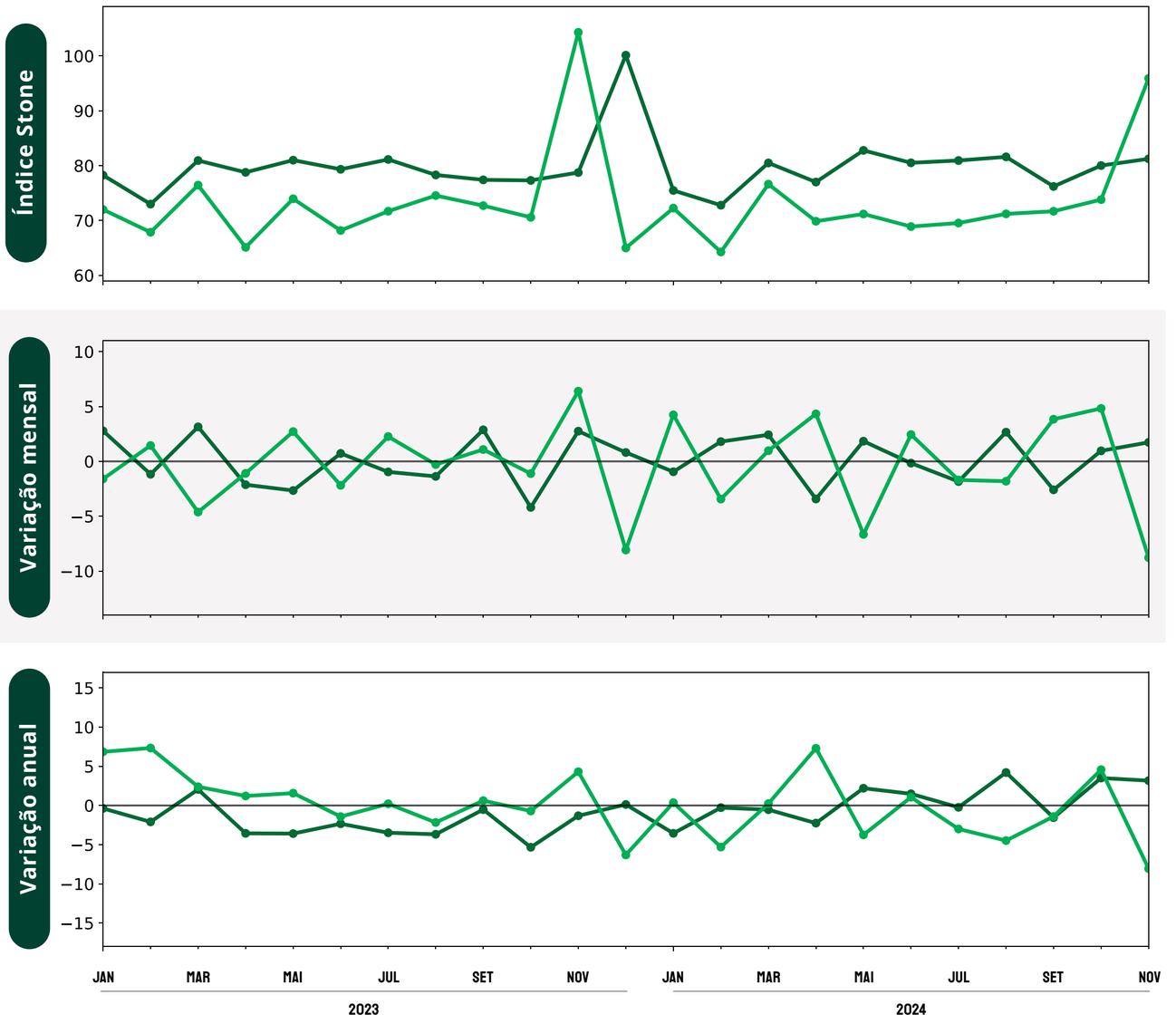
5. Em termos de taxas de desemprego, massa salarial, inadimplência e concessão de crédito.

1 PANORAMA NACIONAL

VAREJO FÍSICO X DIGITAL[6]

No comparativo entre mundo digital e físico, vemos uma **queda mensal de 8,8%** do índice digital vs **alta de 1,7%** do índice físico. Similarmente, o comércio digital registrou **queda de 8,1%**, enquanto o comércio físico teve um **aumento de 3,2%** no volume de vendas no comparativo anual. Logo, **físico e digital apresentam resultados opostos para o período da Black Friday**, um dos meses mais importantes do ano para o comércio varejista. Dito isso, é importante destacar que o índice digital é referente apenas às vendas online diretas (sites de venda próprios) e, portanto, não incluem vendas em e-commerce, o que potencialmente explica a disparidade entre os números.

Assim, **o digital**, em específico, reverte dois meses seguidos de alta mensal e **frustra expectativas com uma Black Friday abaixo do registrado em 2023**, resultado de movimentos contrastantes entre os segmentos de *Artigos Farmacêuticos* e *Vestuário*, que apresentaram alta, e *Móveis e Eletrodomésticos* e *Produtos Alimentícios* que apresentaram fortes quedas das vendas nos canais digitais.



6. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário

2 SEGMENTOS DO VAREJO

Novembro em números[7]

↑5,2%

de crescimento na Variação Anual de Tecidos, Vestuário e Calçados.

↑3,5%

de crescimento na Variação Mensal de Hipermercados, Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo.

↑0,9%

de crescimento mensal médio nos últimos 6 meses do setor de Vestuário e Calçados.

Segmentos com crescimento positivo na Variação Anual em novembro.

Desempenho na Variação Mensal de Tecidos, Vestuário e Calçados no último semestre:

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

2 SEGMENTOS DO VAREJO

ARTIGOS FARMACÊUTICOS[8]

↓ Queda mensal

Comparativo Mensal: -1,5%

Comparativo Anual: +4,6%

Embora a evolução mensal seja negativa, esse resultado se dá após alta mensal de 2,5% em outubro e, portanto, não é suficiente para alterar a tendência positiva do setor.

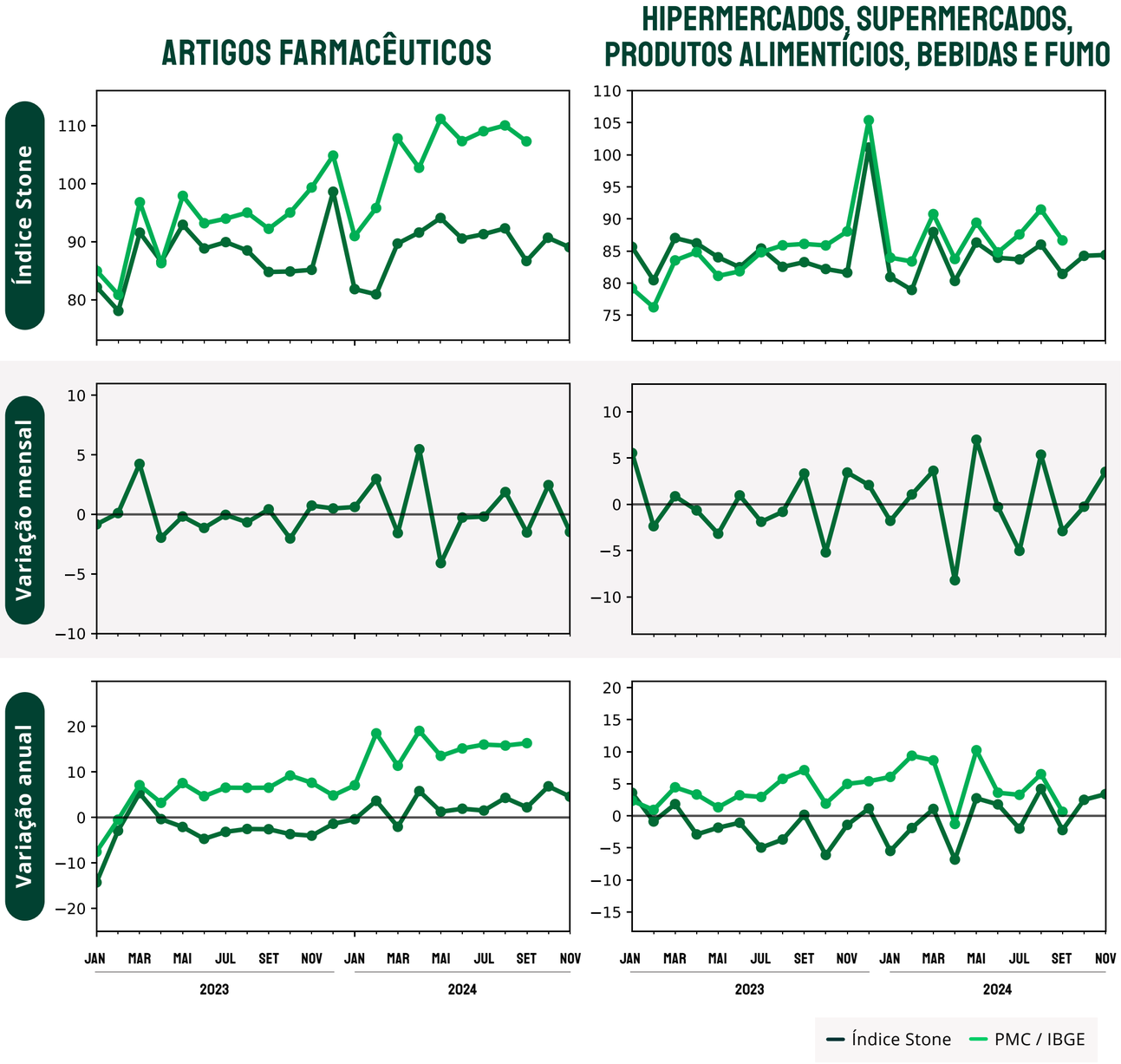
HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO[8]

↑ Alta mensal

Comparativo Mensal: +3,5%

Comparativo Anual: +3,4%

O segmento reverte dois meses seguidos de queda mensal ao mesmo tempo em que amplia o avanço contra 2023, saindo de alta de 2,5% para 3,4% em novembro.



8. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário

2 SEGMENTOS DO VAREJO

MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS[9]

↑ Alta mensal

Comparativo Mensal: +0,3%

Comparativo Anual: -0,4%

O segmento não apresenta mudanças significativas em relação à trajetória anterior e segue estável.

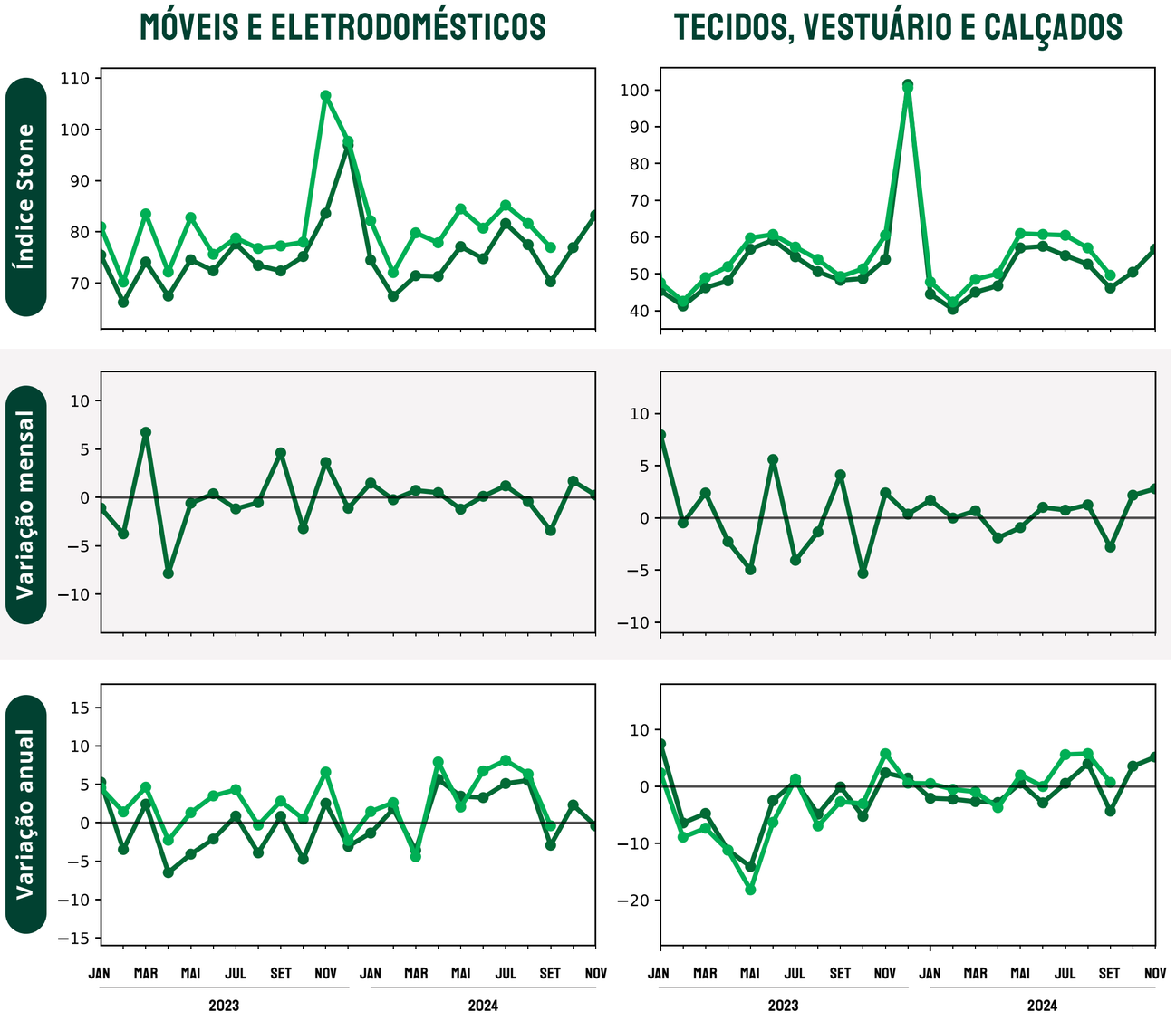
TECIDOS, VESTUÁRIO E CALÇADOS[9]

↑ Alta mensal

Comparativo Mensal: +2,8%

Comparativo Anual: +5,2%

Com dois meses seguidos de alta generalizada, o segmento segue em trajetória positiva para o final do ano.



9. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário

2 SEGMENTOS DO VAREJO

COMBUSTÍVEIS[10]

↑ Alta mensal

Comparativo Mensal: +0,5%

Comparativo Anual: +4,8%

Com esse resultado, o setor completa dois meses seguidos de alta, o que reverte as expectativas iniciais de arrefecimento e amplia a vantagem contra 2023.

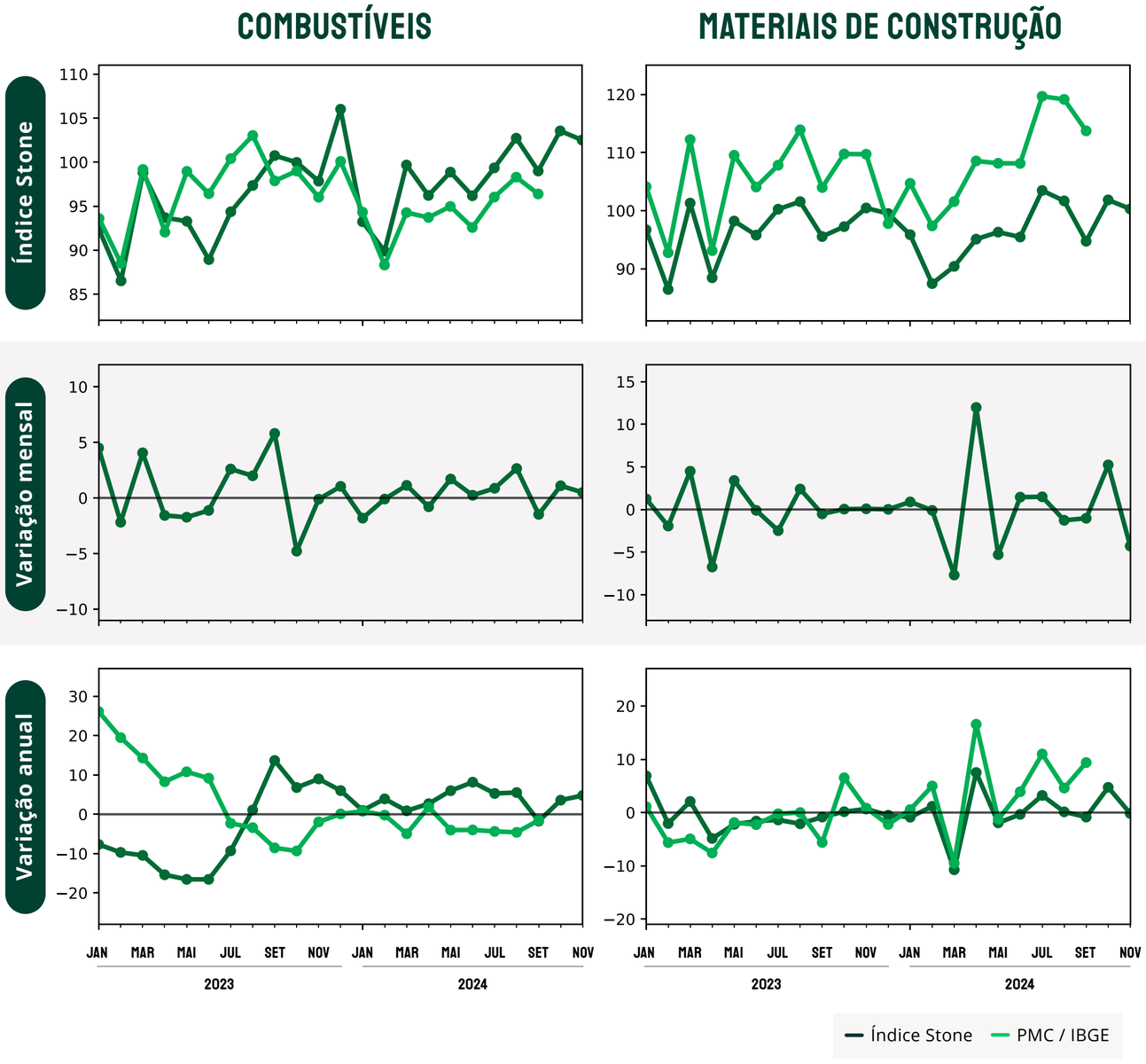
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO[10]

↓ Queda mensal

Comparativo Mensal: -4,3%

Comparativo Anual: -0,4%

Após a forte alta de 5,2% em outubro, o setor não sustenta o momento, retorna ao zero a zero (em comparação com 2023) e segue volátil neste ano.



10. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário

2 SEGMENTOS DO VAREJO

LIVROS, JORNAIS, REVISTAS E PAPELARIA[11]

↓ Queda mensal

Comparativo Mensal: -0,3%

Comparativo Anual: +5,1%

O segmento segue apresentando alta volatilidade no ano, tornando difícil fazer projeções futuras.

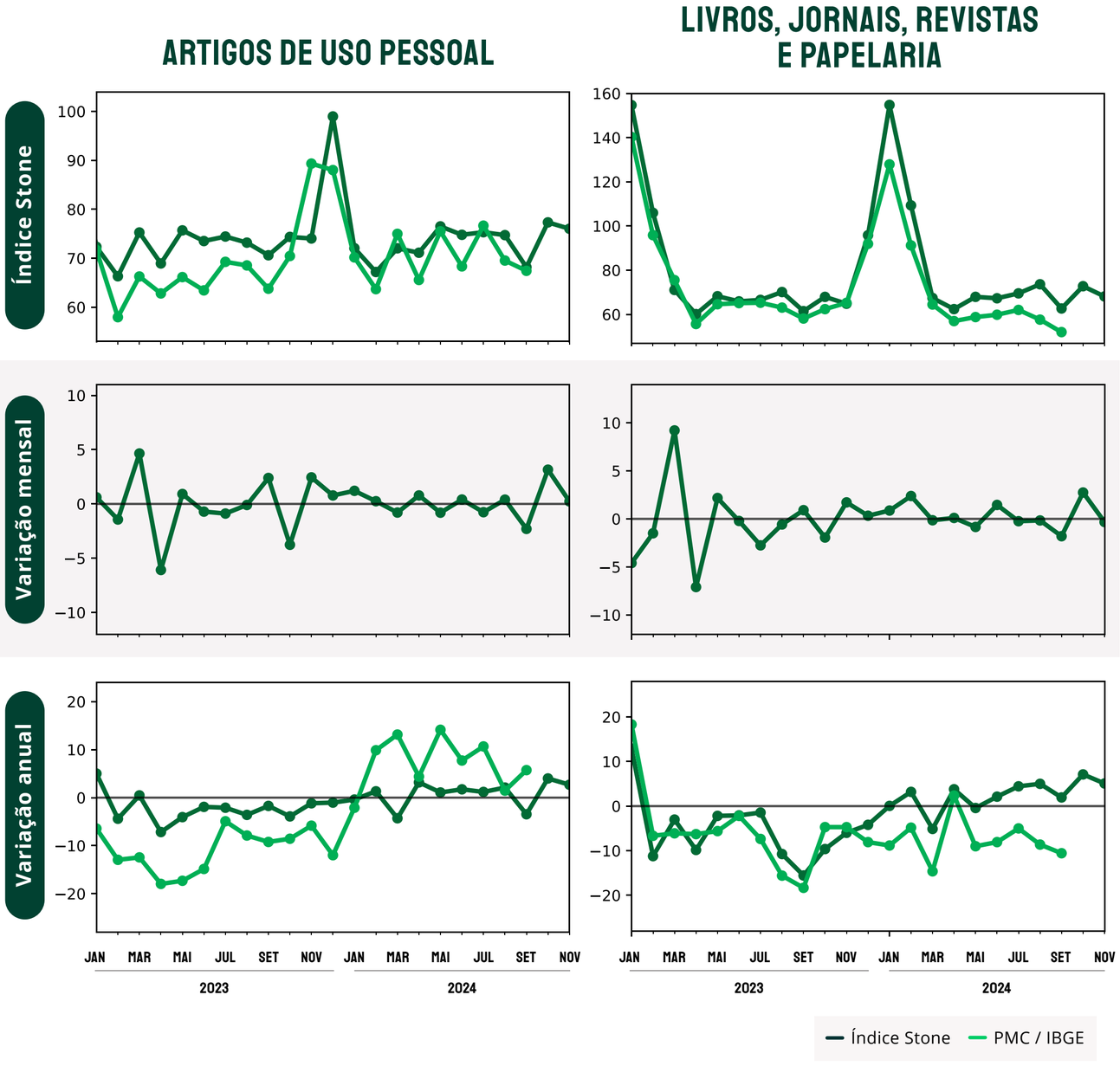
ARTIGOS DE USO PESSOAL[11]

↑ Alta mensal

Comparativo Mensal: +0,2%

Comparativo Anual: +2,7%

Esse resultado reforça os sinais de melhora pontuados no relatório anterior, após tendência mensal bastante neutra ao longo de quase todo o ano.



11. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário

3 ESTADOS DO BRASIL

Novembro em números[12]

↑ 10,3%

de crescimento do varejo no estado de Roraima.

↑ 9,2%

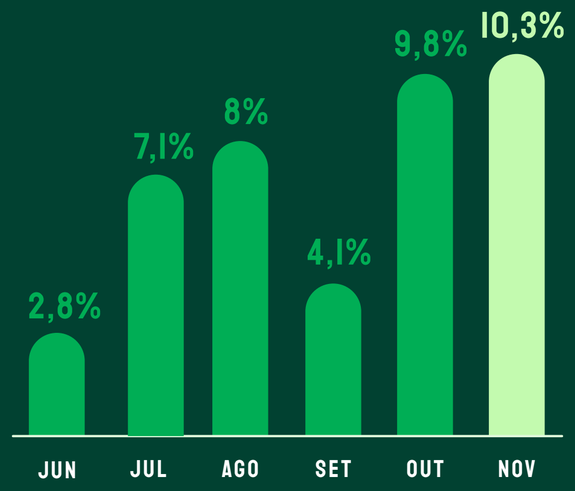
de crescimento do varejo no estado do Amazonas.

↑ 92,6%

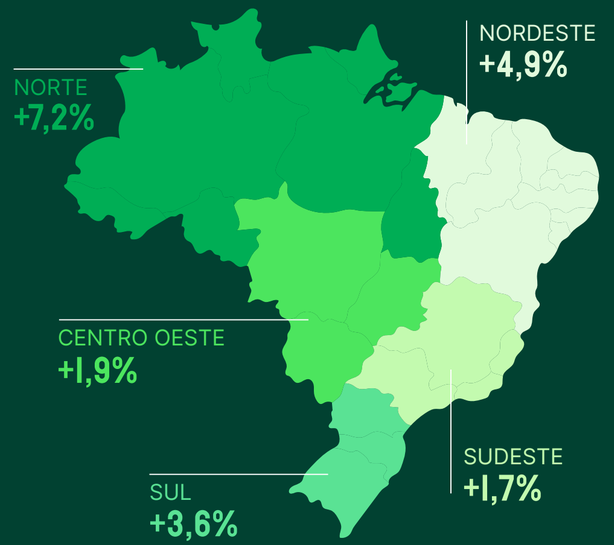
dos estados brasileiros tiveram alta nas vendas.

Destaque do mês: Roraima

Crescimento do estado nos últimos 6 meses:



Média de variação do volume de vendas por região (em novembro):



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

3 ESTADOS DO BRASIL

RORAIMA SEGUE SENDO O DESTAQUE POSITIVO[13]

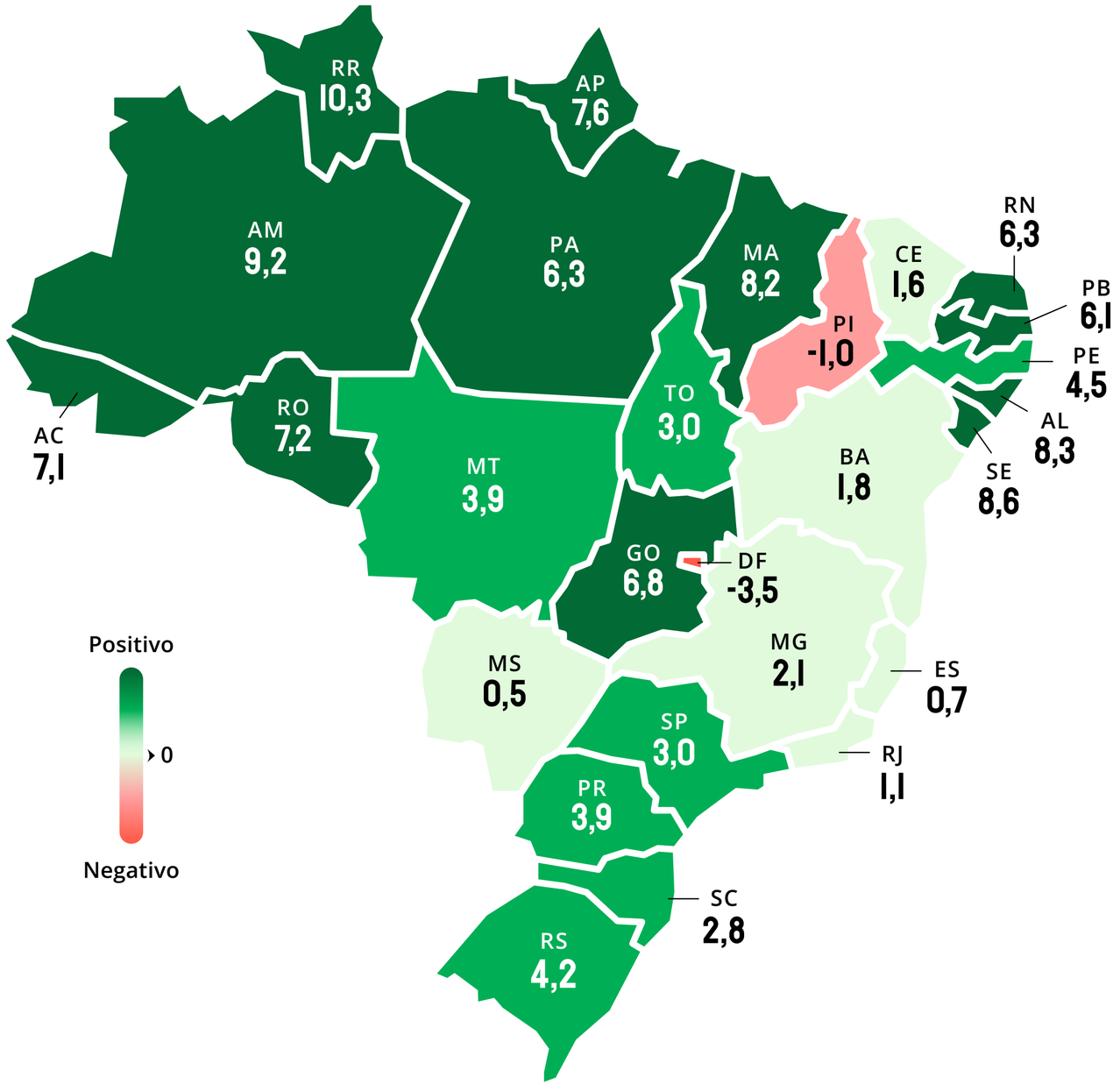
O mapa ao lado mostra a variação anual do Índice do Varejo Stone Restrito por estado, em que se observa a manutenção do cenário apresentado em outubro.

Em novembro, apenas um estado e o ***DF*** apresentaram queda no volume de vendas, após três resultados negativos no mês anterior.

Destaca-se positivamente o crescimento nos estados do ***Roraima, Amazonas*** e ***Sergipe***, que apresentaram **altas de 10,3%, 9,2%** e **8,6%**, respectivamente.

Os resultados negativos do mês foram registrados no ***Distrito Federal*** **(-3,5%)** e no ***Piauí*** **(-1,0%)**. É o segundo mês consecutivo que essas unidades federativas registram queda no volume de vendas do varejo local.

Se você é um empreendedor, o principal aprendizado aqui é se preparar para um período de possível aperto no crédito, mas sem ignorar as oportunidades trazidas pelo consumo ainda potencialmente aquecido pelo lado da renda.



13. Para esclarecimentos conceituais, ver: Glossário

COMPILADO DE DADOS

	Variação Mensal (%) Sazonalmente Ajustada			Variação Anual (%)		
Brasil Geral	**SET/24**	**OUT/24**	**NOV/24**	**SET/24**	**OUT/24**	**NOV/24**
ÍNDICE AMPLIADO	-2,2	+2,9	-0,2	-1,2	+4,9	+2,9
ÍNDICE RESTRITO	-2,7	+1,7	+1,3	-2,2	+3,2	+2,9
ÍNDICE FÍSICO	-2,6	+1,0	+1,7	-1,5	+3,5	+3,2
ÍNDICE DIGITAL	+3,8	+4,8	-8,8	-1,4	+4,6	-8,1
Segmentos do Varejo						
ARTIGOS FARMACÊUTICOS, MÉDICOS, ORTOPÉDICOS, DE PERFUMARIA E COSMÉTICOS	-1,5	+2,5	-1,5	+2,2	+6,8	+4,6
HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO	-2,9	-0,3	+3,5	-2,2	+2,5	+3,4
MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS	-3,4	+1,7	+0,3	-2,9	+2,3	-0,4
TECIDOS, VESTUÁRIO E CALÇADOS	-2,8	+2,2	+2,8	-4,3	+3,6	+5,2
COMBUSTÍVEIS	-1,5	+1,1	+0,5	-1,7	+3,6	+4,8
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	-1,0	+5,2	-4,3	-0,9	+4,7	-0,2
LIVROS, JORNAIS, REVISTAS E PAPELARIA	-1,8	+2,7	-0,3	+1,9	+7,1	+5,1
ARTIGOS DE USO PESSOAL	-2,3	+3,2	+0,2	-3,5	+4,0	+2,7

stone