

Atividade Econômica

IGet: Índice de vendas do comércio varejista

Lucas Nobrega Augusto*

luaugusto@santander.com.br
+5511 3553 5263
+5516 99615 1992

- Utilizando informações de transações no mercado de adquirência desenvolvemos em parceria com a Getnet o indicador IGet (Índice de vendas do comércio varejista brasileiro) com o intuito de ampliar o conjunto informacional para análise da trajetória da atividade comercial no Brasil.
- Adotando o método “same store sales” (vendas da mesma loja) acompanharemos o volume de vendas dos mesmos estabelecimentos ao longo do tempo. Foi selecionada uma amostra de mais de 47 mil estabelecimentos que utilizam (de forma recorrente) a Getnet como meio de pagamento desde dezembro de 2015, estabelecimentos de diferentes tamanhos, segmentos e regiões de modo a representar todo o perfil de clientes do país.
- Em março, o IGet registrou retração mensal de 25,1% m/m após ajuste sazonal. Já o índice ponderado, indicou queda mensal de 16,4% m/m para o índice restrito de vendas do comércio varejista, também descontados fatores sazonais. Quanto ao indicador mais amplo do comércio, o índice sinalizou contração ainda mais acentuada: 24,8% m/m descontados os fatores sazonais.
- Dentre as categorias, todas mostraram forte retração no mês. Contudo, os segmentos menos afetados parecem ter sido supermercados e farmácias, justamente os segmentos que continuaram operantes durante o período de confinamento.
- Com base nos dados do IGet, nossa projeção para as vendas do varejo restrito março é de queda 7,0% m/m em relação a fevereiro após ajuste sazonal. Quanto as vendas do varejo no conceito ampliado, o IGet indica queda de 16,2% m/m em março contra o mês imediatamente anterior na série dessazonalizada. Lembrando que as políticas de isolamento social foram iniciadas no Brasil a partir da segunda quinzena de março.

O índice IGet

A Getnet é uma empresa de tecnologia do grupo Santander, com soluções de pagamento para toda a cadeia de negócios, abrangendo tanto o grande como o pequeno empreendedor. Fundada em 2003, a empresa atua no mercado de adquirência desde 2010. Com cerca de 12,7% de *market share*, a Getnet conta com mais de 1 milhão de pontos de venda que transacionaram R\$ 207 bilhões de reais em 2019. As informações advindas destas transações são de grande valia para análise da atividade econômica uma vez que podem representar uma boa amostra da economia local e, conseqüentemente, servir de parâmetro de avaliação da atividade econômica do país.

Desenvolvemos em parceria com a Getnet o indicador IGet (Índice de vendas do comércio varejista brasileiro) com o intuito de ampliar o conjunto informacional para análise da trajetória da atividade varejista no Brasil. Vale ressaltar que o comércio representa 11,7% do PIB brasileiro e uma avaliação precisa do seu desempenho poderá auxiliar na apuração da temperatura econômica do país.

Ademais, a recente crise do coronavírus trouxe enorme incerteza em relação ao desempenho das economias mundo a fora. Dentre os desafios para a análise, a estimação do impacto do confinamento (ou *lockdown*, em inglês) sobre os diferentes setores da economia pode ser considerado o principal deles. Neste sentido, o indicador poderá contribuir bastante com nossas análises devido a agilidade e amplitude dos dados, pois engloba empresas dos mais diversos tamanhos, segmentos e regiões do país, e tem seus dados disponibilizados com considerável tempestividade.

IMPORTANT DISCLOSURES/CERTIFICATIONS ARE IN THE “IMPORTANT DISCLOSURES” SECTION OF THIS REPORT.

U.S. investors' inquiries should be directed to Santander Investment at (212) 350-0707.

*Employed by a non-US affiliate of Santander Investment Securities Inc. and is not registered/qualified as a research analyst under FINRA rules.



Metodologia

A elaboração de um índice de vendas do comércio varejista por meio de dados de pagamentos via cartões de crédito ou débito impõe uma série de desafios. A metodologia aplicada é fundamental para que a construção do índice possa ajudar a superar estes desafios e a refletir a real dinâmica do comércio varejista brasileiro. Dentre as dificuldades, destacamos, por exemplo: i) a variação de *market share* da companhia e; ii) a mudança de perfil do consumidor brasileiro, que, a cada ano, intensifica a utilização de cartões de crédito ou débito para liquidar suas compras.

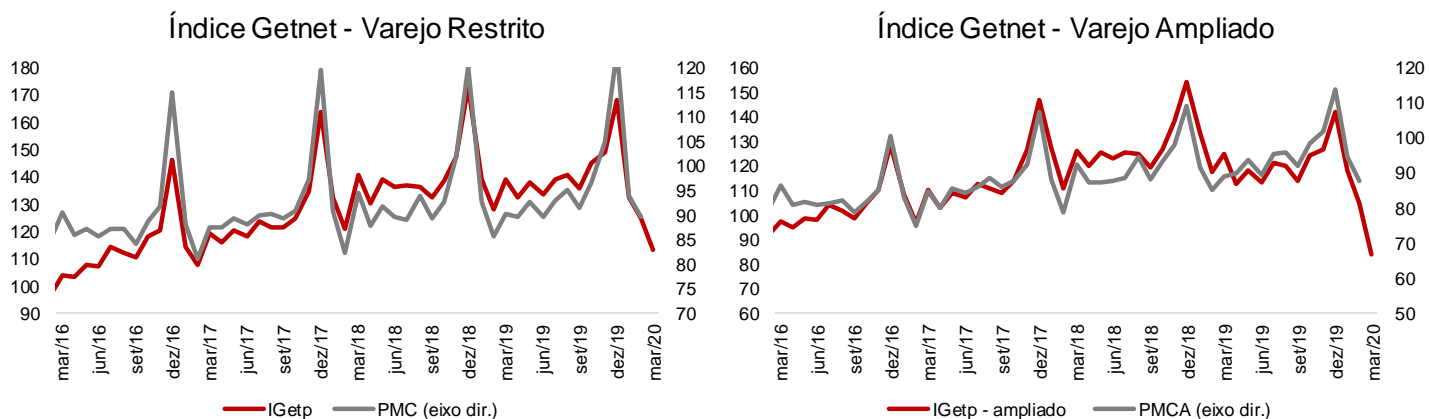
No que tange o primeiro desafio, a adoção do método “*same store sales*” (vendas da mesma loja) visa mitigar este efeito pois, durante todo o período de análise, acompanharemos o volume de vendas dos mesmos estabelecimentos. Em relação à segunda dificuldade, a mudança do perfil de consumo do brasileiro é inerente ao ramo de adquirência. Sendo assim, é natural que o IGet não possa filtrar as influências de mudanças em curso na utilização de meios de pagamentos no mercado nacional.

Outro aspecto que merece ser abordado com o devido cuidado é a forte competição observada no mercado de adquirência. Não é raro que estabelecimentos utilizem mais de um fornecedor deste serviço, fazendo com que as empresas variem a utilização de um fornecedor, a depender de fatores como ações promocionais do adquirente (empresa que provê o serviço de adquirência). Tal dificuldade pode ser superada selecionando-se uma amostra suficientemente grande, já que, enquanto um determinado estabelecimento poderá utilizar menos um determinado fornecedor, outro pode estar utilizando-o com maior intensidade. Assim, na média, acreditamos que se consiga capturar a dinâmica do mercado, espelhando o padrão das vendas no varejo em dado período.

Além disso, para melhor refletir o comportamento do comércio em escala nacional, faz-se necessário ter na amostra empresas com características distintas quanto ao tamanho, setor e região. Neste sentido, foi selecionada de forma aleatória uma amostra com mais de 47 mil estabelecimentos que utilizam (de forma recorrente) a Getnet como meio de pagamento desde dezembro de 2015, de modo que acreditamos que a nossa amostra é bastante representativa do perfil de estabelecimentos comerciais do país.

Após termos observados todos estes cuidados, o indicador se mostrou bastante eficiente para estimar as vendas do varejo como um todo, atingindo alta aderência à pesquisa mensal do comércio varejista realizada pelo IBGE – conhecida no meio técnico como PMC - tanto para o índice restrito quanto para o ampliado.

Figura 1: Índice Getnet



Fontes: IBGE e Santander

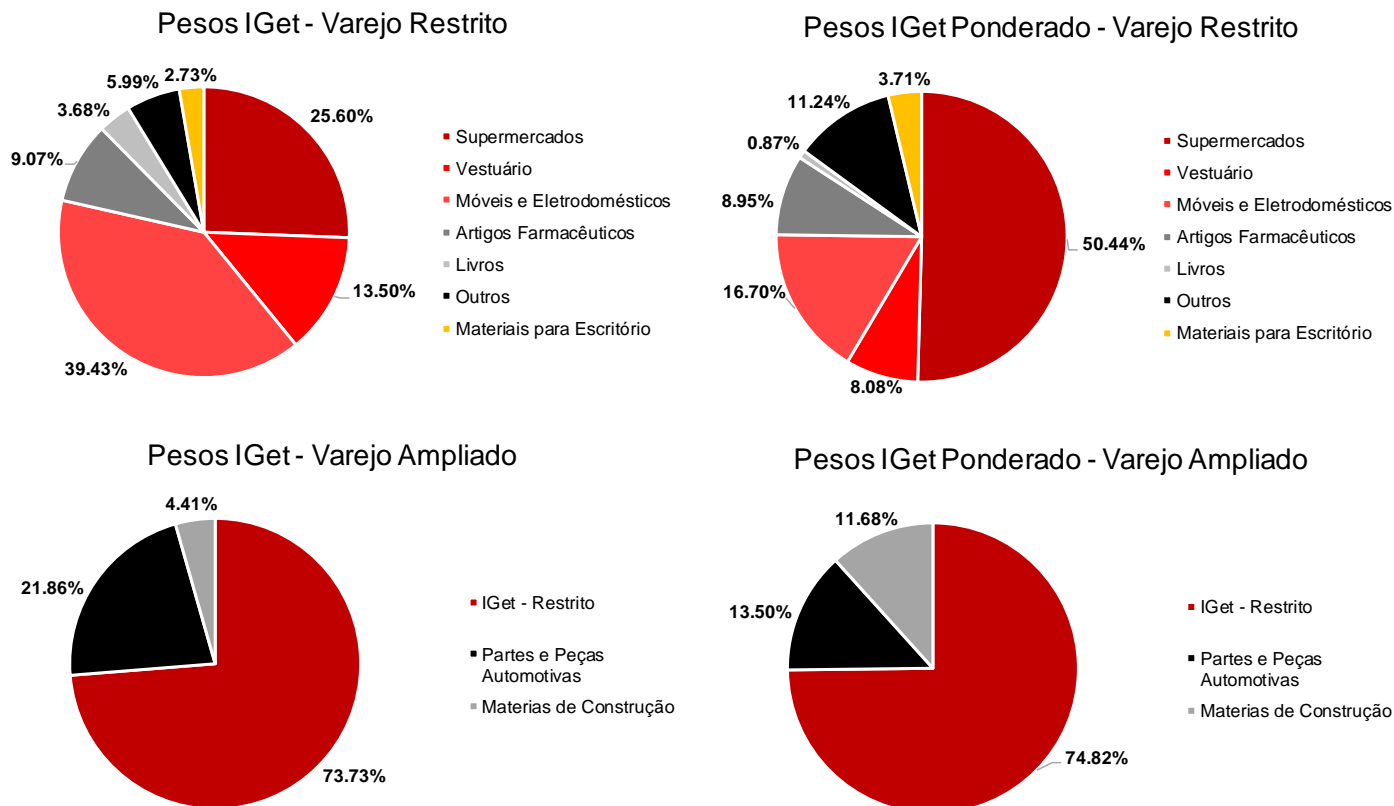
Um ponto importante considerado na elaboração deste indicador é que os pesos setoriais do IGet diferem da ponderação observada na PMC do IBGE. Tal diferenciação é explicada pelo fato de que os setores não utilizam este meio de pagamento nas mesmas proporções. Assim, elaboramos também o Índice Getnet Ponderado (IGetp), que repondera os desempenhos setoriais do IGet utilizando os pesos atribuídos a cada segmento na PMC.

Todavia, alguns ajustes adicionais se mostraram necessários na agregação do índice. Primeiro, a categoria combustíveis do IGet não mostrou boa correlação com o mesmo indicador da PMC e, por este motivo, esta categoria foi excluída e os pesos recalculados. Outro ajuste necessário foi no segmento de “Veículos, Partes e Peças”: as vendas de veículos praticamente não são capturadas pelo indicador, dada a baixa (ou nula) utilização de cartões de crédito para aquisição de bens de valores muito elevados (claramente, o caso de automóveis). Por outro lado, o segmento de partes e peças automotivas representa parcela relevante do índice. Segundo nossas estimativas, partes e peças automotivas respondem



por cerca de 25% da categoria “Veículos, Partes e Peças” da PMC. Desta forma, chegamos as ponderações que podem ser observadas no quadro abaixo.

Figura 2: Pesos por segmento varejista



Fonte: Santander

Por fim, como o objetivo é estimar a variação em termos reais das vendas do comércio varejista, os índices foram deflacionados pelo deflator implícito de cada categoria da PMC. Obtido pela diferença da variação de faturamento nominal e de quantum de cada categoria da pesquisa do IBGE.

Resultados de março 2020

Março de 2020 ficou marcado pelo início da disseminação da pandemia do coronavírus no Brasil. Nos últimos 10 dias do mês, diversas cidades e estados iniciaram seus períodos de *lockdown* a fim de minimizar a contaminação (e resultantes atribuições no sistema de saúde). Conforme esperado, os impactos das medidas recomendadas pela Organização Mundial da Saúde foram gigantescos no comércio varejista brasileiro.

Figura 3: Tabela IGet março 2020

IGet - Varejo Restrito - Março 2020			
	Pesos	% m/m	% a/a
IGet	100.0	-25.1	-37.1
Supermercados	50.4	-4.3	-0.6
Vestuário	8.1	-39.0	-42.0
Móveis e Eletrodomésticos	16.7	-39.5	-56.2
Artigos Farmacêuticos	9.0	-8.4	-9.1
Livros	0.9	-18.9	-30.4
Materiais para Escritório	3.7	-35.3	-40.9
Outros	11.2	-30.1	-35.4
IGetp	100.0	-16.4	-18.8

IGet - Varejo Ampliado - Março 2020			
	Pesos	% m/m	% a/a
IGetp	74.8	-16.4	-18.8
Materias de Construção	11.7	-30.1	-34.9
Partes e Peças Automotivas	13.5	-20.7	-10.9
IGetpa	100.0	-24.8	-33.0

Fonte: Santander, método de dessazonalização X13

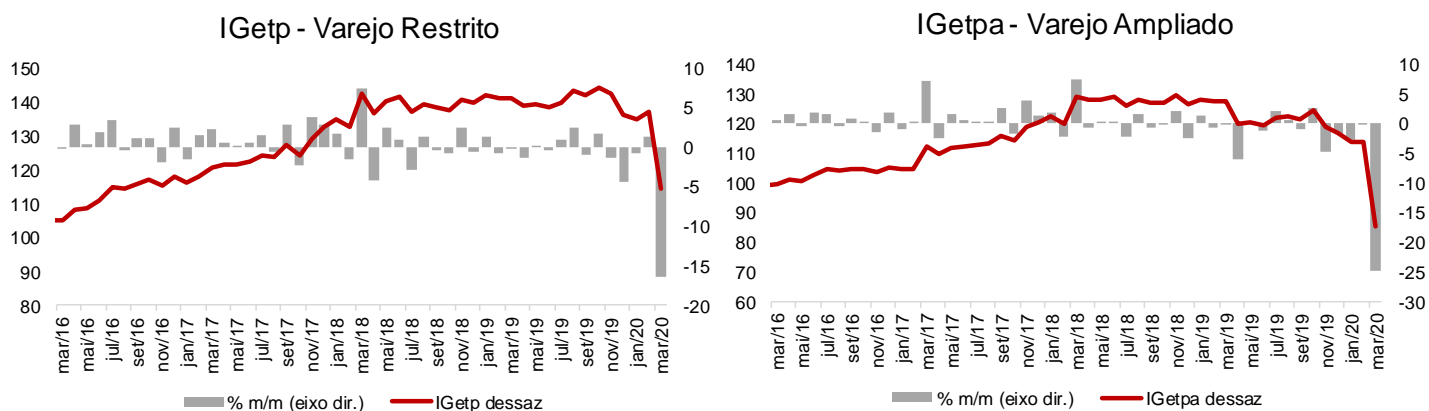


O IGet registrou retração mensal de 25,1% m/m em relação a fevereiro após ajuste sazonal. Na comparação com março de 2019 a queda foi de 37,1% a/a. Já o índice ponderado, indicou queda mensal de 16,4% m/m para o índice restrito de vendas do comércio varejista, também descontados fatores sazonais. Em relação ao mesmo mês do ano passado, a queda foi de 18,8% a/a.

Dentre as categorias, todas mostraram forte retração no mês. Contudo, os segmentos menos afetados parecem ter sido supermercados e farmácias, justamente os segmentos que continuaram funcionando durante o período de confinamento.

Quanto ao indicador mais amplo do comércio, o IGetpa sinalizou contração ainda mais acentuada: 24,8% m/m em relação a fevereiro descontados os fatores sazonais. Na comparação anual, a queda foi de 33,0% a/a. Entre as categorias, observamos que tanto as vendas de materiais de construção quanto de partes e peças automotivas registraram grandes quedas no período.

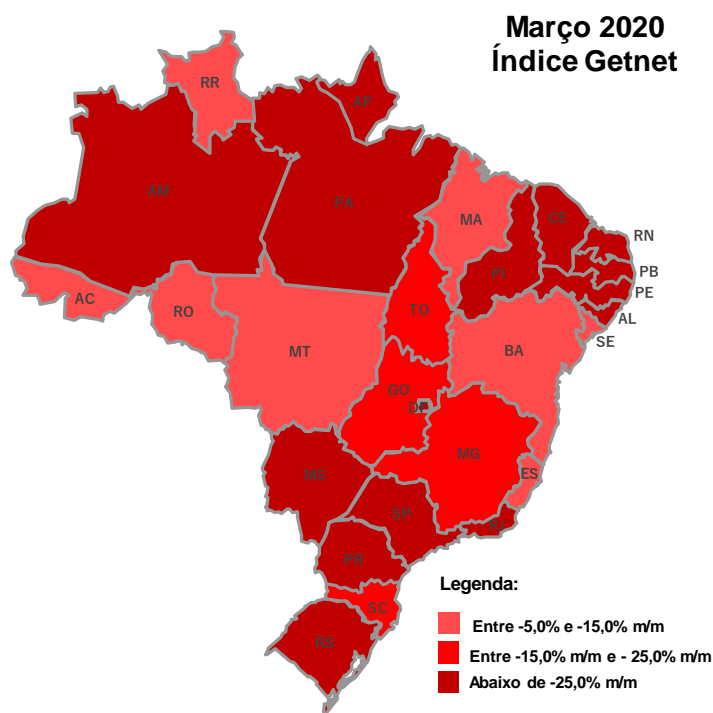
Figura 3: Tabela IGet março 2020



Fonte: Santander, método de dessazonalização X13

Resultados regionais

Figura 5: Estimativas regionais IGet março 2020



Unidades da Federação	% a/a	% m/m
Rondônia	-31.7	-9.3
Acre	-5.0	-8.7
Amazonas	-28.7	-25.5
Roraima	-24.5	-14.4
Pará	-33.6	-26.4
Amapá	-31.9	-25.5
Tocantins	-23.7	-20.9
Maranhão	-16.9	-9.6
Piauí	-47.3	-38.7
Ceará	-36.9	-35.4
Rio Grande do Norte	-45.8	-35.5
Paraíba	-54.0	-41.6
Pernambuco	-30.0	-25.9
Alagoas	-46.7	-26.4
Sergipe	8.1	-8.9
Bahia	-7.6	-11.0
Minas Gerais	-30.2	-23.9
Espírito Santo	-10.7	-8.8
Rio de Janeiro	-24.5	-31.0
São Paulo	-43.3	-25.0
Paraná	-40.5	-28.2
Santa Catarina	-28.9	-21.2
Rio Grande do Sul	-36.6	-32.4
Mato Grosso do Sul	-71.2	-25.5
Mato Grosso	-12.2	-10.9
Goiás	-27.5	-23.2
Distrito Federal	-40.3	-27.5
Brasil	-18.8	-16.4

Fonte: Santander



Projeções PMC março 2020

Com base nos dados do IGet, nossa projeção para as vendas do varejo restrito em março é de queda 7,0% m/m em relação a fevereiro após ajuste sazonal. Na comparação com março de 2019 esperamos redução de 5,8%. No que tange a dinâmica trimestral, projetamos queda das vendas do comércio varejista de 3,5% no 1º trimestre de 2020 frente ao 4º trimestre de 2019. Os detalhes ainda apontam que apenas os segmentos de “Supermercados” e “Artigos Farmacêuticos” apresentarão crescimento na margem, todos demais segmentos devem apresentar forte contração.

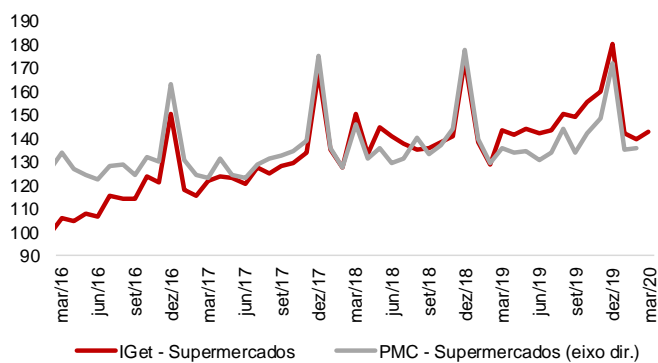
Quanto as vendas do varejo no conceito ampliado, o IGet indica queda de 16,2% em março contra o mês imediatamente anterior na série dessazonalizada. Em relação ao mesmo mês de 2019, a contração estimada é de 8,8%, implicando em queda de 5,1% no 1º trimestre de 2020 em comparação com o trimestre anterior. Por fim, a abertura das projeções indica quedas de mais de 30% na comparação mensal tanto das vendas de materiais de construção, quanto de veículos, partes e peças.



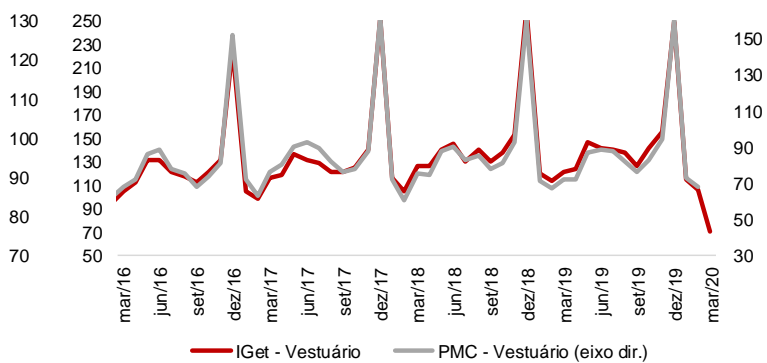
Anexos:

Gráficos por segmento:

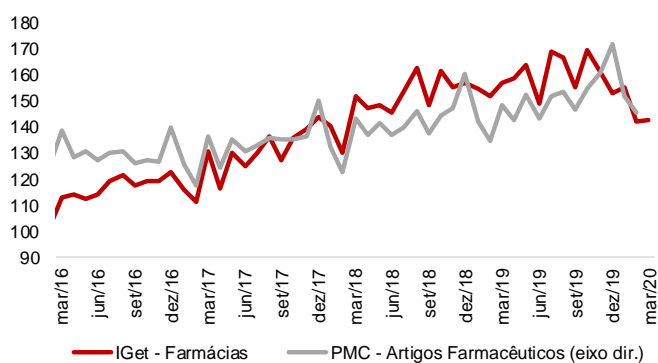
Índice Getnet - Hipermercados



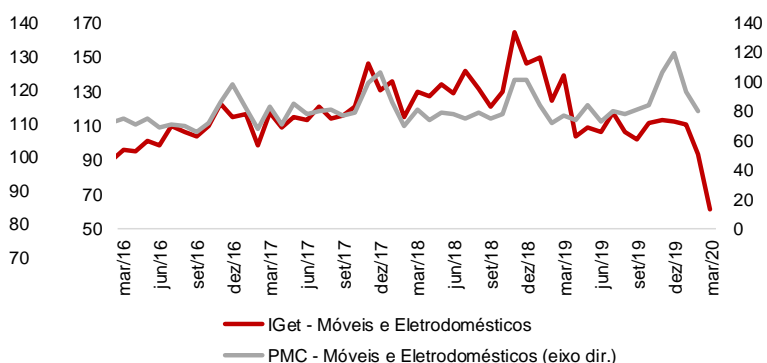
Índice Getnet - Vestuário



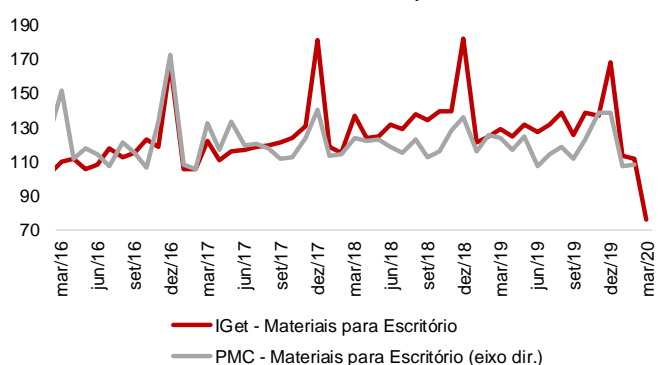
Índice Getnet - Farmácia



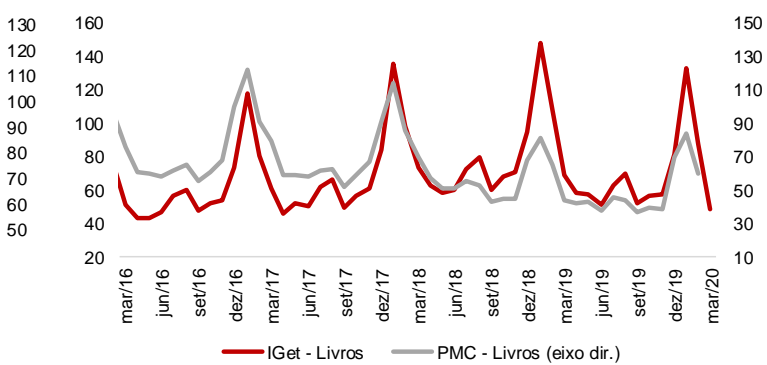
Índice Getnet - Móveis e Eletrodomésticos



Índice Getnet - Materiais para Escritório

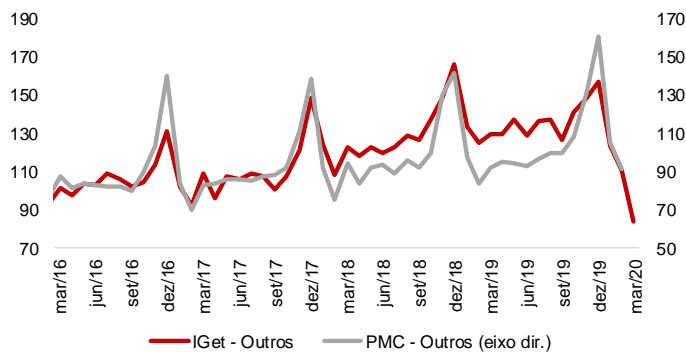


Índice Getnet - Livros

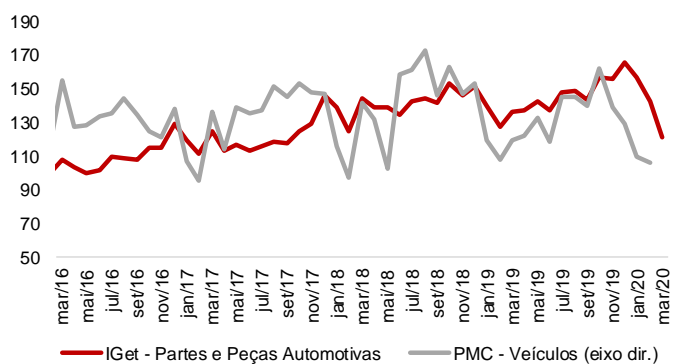




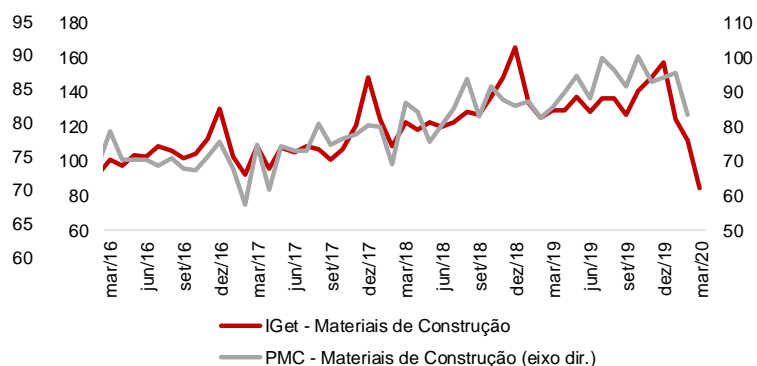
Índice Getnet - Outros



Índice Getnet - Veículos



Índice Getnet - Materiais de Construção



Fontes: IBGE e Santander

Estimações:

Dependent Variable: DLOG(PMC)
 Method: Least Squares
 Date: 04/16/20 Time: 09:57
 Sample (adjusted): 2016M02 2020M02
 Included observations: 49 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLOG(IGETP)	1.069742	0.037180	28.77185	0.0000
R-squared	0.945194	Mean dependent var		9.13E-05
Adjusted R-squared	0.945194	S.D. dependent var		0.107269
S.E. of regression	0.025112	Akaike info criterion		-4.510723
Sum squared resid	0.030270	Schwarz criterion		-4.472114
Log likelihood	111.5127	Hannan-Quinn criter.		-4.496074
Durbin-Watson stat	2.287348			



Dependent Variable: DLOG(PMC)
 Method: Least Squares
 Date: 04/16/20 Time: 09:56
 Sample (adjusted): 2016M02 2020M02
 Included observations: 49 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLOG(IGETP)	0.675857	0.120104	5.627263	0.0000
@SEAS(1)	-0.190428	0.049255	-3.866162	0.0004
@SEAS(2)	-0.103736	0.030553	-3.395255	0.0017
@SEAS(3)	-0.063708	0.014028	-4.541580	0.0001
@SEAS(4)	-0.082454	0.027885	-2.956965	0.0055
@SEAS(5)	-0.079295	0.018773	-4.223873	0.0002
@SEAS(6)	-0.085315	0.025483	-3.347943	0.0019
@SEAS(7)	-0.086877	0.019587	-4.435407	0.0001
@SEAS(8)	-0.051216	0.024242	-2.112744	0.0416
@SEAS(9)	-0.097473	0.025551	-3.814908	0.0005
@SEAS(10)	-0.070265	0.018421	-3.814476	0.0005
@SEAS(11)	-0.038158	0.018887	-2.020369	0.0508
C	0.076650	0.021903	3.499457	0.0013
R-squared	0.981654	Mean dependent var		9.13E-05
Adjusted R-squared	0.975539	S.D. dependent var		0.107269
S.E. of regression	0.016777	Akaike info criterion		-5.115314
Sum squared resid	0.010133	Schwarz criterion		-4.613403
Log likelihood	138.3252	Hannan-Quinn criter.		-4.924889
F-statistic	160.5237	Durbin-Watson stat		2.049127
Prob(F-statistic)	0.000000			

Dependent Variable: DLOG(PMCA)
 Method: Least Squares
 Date: 04/16/20 Time: 09:59
 Sample (adjusted): 2016M02 2020M02
 Included observations: 49 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLOG(IGETPA)	0.918477	0.052613	17.45712	0.0000
R-squared	0.863902	Mean dependent var		0.001147
Adjusted R-squared	0.863902	S.D. dependent var		0.086472
S.E. of regression	0.031901	Akaike info criterion		-4.032182
Sum squared resid	0.048847	Schwarz criterion		-3.993573
Log likelihood	99.78845	Hannan-Quinn criter.		-4.017533
Durbin-Watson stat	2.500392			



Dependent Variable: DLOG(PMCA)
 Method: Least Squares
 Date: 04/16/20 Time: 09:59
 Sample (adjusted): 2016M02 2020M02
 Included observations: 49 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLOG(IGETPA)	0.338907	0.138009	2.455687	0.0192
DLOG(FENABRAVE)	0.171732	0.036268	4.735052	0.0000
@SEAS(1)	-0.170182	0.040691	-4.182327	0.0002
@SEAS(2)	-0.112488	0.035449	-3.173183	0.0031
@SEAS(3)	-0.040321	0.015590	-2.586310	0.0140
@SEAS(4)	-0.094721	0.028596	-3.312409	0.0022
@SEAS(5)	-0.073532	0.017625	-4.172003	0.0002
@SEAS(6)	-0.083747	0.024185	-3.462840	0.0014
@SEAS(7)	-0.075813	0.017039	-4.449367	0.0001
@SEAS(8)	-0.057465	0.024049	-2.389475	0.0224
@SEAS(9)	-0.092876	0.025856	-3.592083	0.0010
@SEAS(10)	-0.065478	0.016242	-4.031365	0.0003
@SEAS(11)	-0.054445	0.015627	-3.483931	0.0013
C	0.077415	0.019733	3.923102	0.0004
R-squared	0.964961	Mean dependent var		0.001147
Adjusted R-squared	0.951946	S.D. dependent var		0.086472
S.E. of regression	0.018956	Akaike info criterion		-4.858470
Sum squared resid	0.012576	Schwarz criterion		-4.317950
Log likelihood	133.0325	Hannan-Quinn criter.		-4.653397
F-statistic	74.14427	Durbin-Watson stat		2.576950
Prob(F-statistic)	0.000000			