Elo lança estudo inédito sobre a evolução dos hábitos de consumo no Brasil

Material apresenta os gastos mais importantes do orçamento familiar e os setores de maior destaque nas opções de compras dos brasileiros, antes e depois da pandemia.

A Elo, uma das principais empresas de tecnologias de pagamentos do Brasil, apresenta o seu primeiro: **"*Report*: Elo Hábitos de Consumo"**, uma iniciativa realizada pela **Elo *Performance* & *Insights*,** o time de consultoria da Elo. A primeira edição do *Report* apresenta um extenso material sobre o consumidor brasileiro com análises detalhadas a partir dos mais de **43 milhões** de cartões ativos da marca e da média anual de mais de **4,5 bilhões** de transações financeiras gerenciadas pela empresa em todas as regiões e estados do país.

O estudo emprega **dados de transações efetivadas entre início de 2020 ao final de 2022** para analisar didaticamente as mudanças nos hábitos de consumo dos brasileiros; os efeitos da **pandemia** e da **inflação** sobre o perfil e nível de gastos do público; os **setores da economia** que ganharam e perderam espaço no orçamento doméstico; a consolidação das **compras *online*** como **importante canal de consumo**; as similaridades e contrastes observadas nos hábitos e tendências de consumo dos **públicos de maior** e **menor renda**.

Hábitos de Consumo | #Prioridades

Recorte: média mensal | Período: 2020 a 2022 | Fonte: Elo Performance e Insights (consultoria)

GASTOS ESSENCIAIS

Alimentação e Combustível representam peso elevado no orçamento doméstico: 41% dos gastos com cartões de crédito/débito.
Para os brasileiros de menor renda (até 1 salário mínimo) a margem sobe para 46%.
Nesta modalidade, as compras presenciais são hegemônicas: quase 98% são realizadas em locais físicos.

GASTOS EM LOJAS ONLINE

Nos últimos 12 meses, a opção por compras online saltou 26%. Brasileiros de menor renda gastam em média R$ 59,00 por compra. A classe média e os mais ricos (cartões de maior renda) gastam em média R$ 199,00.
91% das compras no comércio digital são feitas no crédito. A opção por compras online é a favorita dos brasileiros, mesmos entre as pessoas de menor renda.

> "A digitalização se tornou protagonista na vida dos brasileiros, abrangendo os hábitos de consumo, trabalho, socialização, alimentação, transporte e entretenimento. Nosso estudo mostra que a transição para pagamentos não presenciais ou digitais tem se propagado rapidamente para novos setores/categorias, incluindo onde o consumo sempre foi historicamente presencial", explica Giancarlo Greco, **CEO da Elo.**

- Confira mais detalhes no Documento Completo | Anexo

Setores que se beneficiaram com o isolamento social | #Novidades

Os gastos com **Reformas e Melhorias Residenciais** cresceram na opção de compra dos brasileiros durante a pandemia: em dezembro/2020, os gastos eram 55% maiores que em janeiro/2020. Após acomodação em 2021, o setor voltou a crescer entre dezembro/2021 e dezembro/2022,com um salto de 5%.

Pessoas que dispõem de um nível maior de renda gastaram, na média dos últimos 12 meses, até 33% a mais em itens, produtos e serviços relacionados ao setor, com média de gastos em torno de R$ 504,00. Em recorte de renda mais baixa, houve recuo do gasto médio de 18%, em compras cujo valor médio foi R$ 141,00.

Esse recorte setorial – tradicionalmente, um símbolo do comércio presencial – tem migrado para a modalidade online, registrando crescimento de 45% nos últimos 12 meses, ante uma redução de 7% dos gastos no comércio presencial na mesma base comparativa. Para financiar os gastos, o crédito parcelado foi a modalidade de pagamentos que mais cresceu: 32%.

OBS | nosso recorte deste setor contempla os gastos com produtos e serviços relacionados à residência: construção, reformas, eletrodomésticos, móveis e decoração.

Turismo e Viagens: a "dívida" dos sonhos dos brasileiros | #Parcelamentos

O setor de turismo e viagens apresenta forte retomada no consumo, com alta de 48% em compras efetivadas e aumento de até 45% no valor médio dos gastos.

Em outras palavras, os consumidores estão "gastando muito mais" para "viajar um pouco mais".

Os efeitos do câmbio, inflação e conflitos internacionais sobre preço dos combustíveis são fatores econômicos que podem explicar o encarecimento do transporte e passagens no período.

O crescimento do setor foi liderado pelo público de maior poder aquisitivo: 91% de crescimento nos últimos 12 meses. Com mais renda disponível, esse público apresentou condições e disposição para arcar com a alta nos preços das passagens e pacotes de viagens após o período de restrições da pandemia.

Outro destaque envolveu a modalidade crédito, que ampliou sua preferência no pagamento e financiamento dos gastos com viagens e turismo: o valor total transacionado subiu 80% no crédito à vista e 89% no crédito parcelado.

Além disso, as atividades foram favorecidas pelos canais e compras digitais, por meio dos quais os gastos praticamente dobraram nos últimos 12 meses (+99%), ante alta de 10% nas compras presenciais.

O consumidor deste segmento investe tempo e dinheiro em serviços de comparativo de preços, promoções de destinos e pacotes com passagens e hospedagem.

OBS | nosso recorte deste setor contempla os gastos com: agências e operadores de viagens, companhias aéreas e acomodação (hotéis).

Sobre a Elo | A Elo é uma das principais empresas brasileiras de tecnologias de pagamentos. Com onze anos de mercado, tem mais de 43 milhões de cartões ativos, em parceria com mais de 40 emissores. Sua aceitação engloba 8,9

milhões de estabelecimentos ativos em todo o País, além de 200 países e territórios. A Elo é uma das Melhores Empresas para Trabalhar, de acordo com ranking *Instituições Financeiras do Great Place to Work de 2022.*

Informações da Elo para a imprensa
Anderson Estevan | (11) 3165-9649 | anderson.estevan@fsb.com.br
Weldher Rodrigues | (11) 94149-1497 | weldher.rodrigues@fsb.com.br