Elo Hábitos de Consumo

Q02 | 2024

Report by

Elo Performance & Insights

Uma iniciativa de Performance & Insights, o time de consultoria da Elo.

Nascemos da união do *know how* da Elo com a riqueza de nossos dados transacionais para agregar valor ao negócio de nossos parceiros e orientar a tomada de decisões.

A partir de uma visão integral sobre o universo de pagamentos, desenvolvemos um conjunto de serviços com foco em nossos clientes e suas necessidades, tendo como principal objetivo ajudar emissores, credenciadores e varejistas a criar mais valor em seus negócios, com abordagem centrada no cliente, baseada em fatos e dados, orientada a resultados e pautada em inovação.

Mirian Priosti
Diretora de BA, CRM e Consultoria P&I

Metodologia

A bandeira Elo possui mais de 43 milhões de cartões ativos, processando em média 4,5 bilhões de transações por ano, sendo uma das 3 maiores bandeiras no mercado brasileiro, segundo o Banco Central.

Através dos dados transacionais da Elo, foi possível extrair tendências e evoluções do consumo que, combinadas com indicadores de mercado, permitem compreender os hábitos de consumo da população brasileira.

Apresentação

Todas os resultados e análises apresentadas neste documento foram elaborados a partir de dados transacionais de consumo utilizando cartões de crédito com bandeira Elo no Brasil.

O conteúdo desta documento não apresenta correlação com os resultados e demonstrações financeiras da Elo.

Período de análise:
janeiro/2020 – junho/2024

A popularização dos cartões de crédito e seu papel decisivo no consumo

A resiliência do varejo nacional continua a surpreender os analistas em 2024. Mesmo com as incertezas salientes no cenário macro, o mercado de trabalho aquecido, aliado à renda e confiança em alta, tem levado cada vez mais brasileiros às compras neste ano.

Os cartões de crédito têm sido essenciais para pavimentar os resultados positivos. De acordo com balanço divulgado pela Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), o volume de pagamentos em compras com cartões apresentou crescimento de 11,4%, somando R$ 965 bilhões em transações do 1º trimestre de 2024. O número de transações com cartões foi o maior da história para um trimestre, superando 10 bilhões.

Entre diferentes modalidades, o protagonismo também coube ao cartão de crédito, com crescimento no valor transacionado de 14,4% no 1T24. Esse meio de pagamento também foi o mais utilizado pelos brasileiros no período, com 4,7 bilhões de transações efetivadas (alta de 13,3%), superando o cartão de débito, com 4 bilhões (alta de 2,9%), e o cartão pré-pago, com 2,1 bilhões (alta de 25,6%).

Com seus diferenciais e benefícios, é digna de nota a expansão da oferta e da adoção de cartões de crédito no país. De acordo com levantamento recente do Banco Central, o número de cartões de crédito em uso no Brasil atingiu a marca de 203 milhões, duas vezes mais que a população ocupada (101,3 milhões de pessoas, segundo dados do IBGE). Assim, há hoje no país cerca de dois cartões de crédito para cada adulto ocupado. Com a expectativa de melhora do cenário econômico e queda nas taxas de juros, é possível que esse múltiplo se torne ainda maior no futuro, consolidando o protagonismo dos cartões de crédito no mercado.

Nesse contexto, esta edição oferece uma análise dos hábitos de consumo com base em cartões de crédito, incluindo o detalhamento e segmentação dos gastos entre diferentes modalidades (à vista e parcelada), meios (presencial e digital/e-*commerce*), recortes de renda (maior e menor renda) e segmentos do varejo.

Sumário

1 **Contexto econômico** 06

Análise dos principais *drivers* econômicos que influenciaram o consumo no 2Q2024, incluindo dados e indicadores sobre inflação, mercado de trabalho, taxas de juros, endividamento, confiança, desempenho do varejo e serviços.

2 **Destaques do 2Q2024: Cartões de Crédito** 10

Evolução e mudanças em destaque no perfil de consumo no 2Q2024, revelados por números e indicadores baseados em dados transacionais dos cartões de crédito Elo.

3 ***Perfil de consumo*: Público de Maior Renda** 22

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito pelo público com perfil de maior poder aquisitivo.

4 ***Perfil de consumo*: Público de Menor Renda** 32

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito pelo público com perfil de menor poder aquisitivo.

5 ***Perfil de consumo*: Meio Digital** 42

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para compras e pagamentos digitais (*e-commerce*).

6 ***Perfil de consumo*: Meio Presencial** 53

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para efetuar compras e pagamentos de forma presencial.

7 *Perfil de consumo*: Crédito Parcelado 64

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para efetivar compras e pagamentos parceladas.

8 *Perfil de consumo*: Crédito à Vista 75

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para compras e pagamentos efetivados à vista.

9 Considerações finais 86

Insights, tendências e oportunidades emergentes para o 2º semestre de 2024.

1 2 3 4

Contexto econômico

Análise dos principais *drivers* econômicos que influenciaram o consumo no 2Q2024, incluindo dados, índices e indicadores relacionados à inflação, mercado de trabalho, taxas de juros, endividamento, inadimplência e confiança, vendas do varejo e consumo de serviços

Principais *drivers* do período

Inflação ao consumidor

De acordo com dados do IBGE, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) apresentou um avanço de 0,21% em junho de 2024, desacelerando em relação ao resultado anterior (+0,46%). No primeiro semestre, o IPCA acumula uma alta de 2,48%, enquanto nos últimos 12 meses, o índice exibe uma alta de 4,23%.

Dos nove grupos de produtos e serviços pesquisados pelo IBGE, sete tiveram alta em junho de 2024. As maiores altas ocorreram nos grupos Saúde e Cuidados Pessoais (+0,54%); Alimentação e Bebidas (+0,44%); e Despesas Pessoais (+0,29%). O único grupo a apresentar recuo nos preços foi o de Transportes (-0,19%)

Comparativamente, no primeiro semestre do ano, as principais altas estão relacionadas a produtos e serviços ligados a Educação (+5,68%); Alimentação e Bebidas (+4,70%); e Saúde e Cuidados Pessoais (+4,38%). Em contraste, Artigos de Resistência foi o único grupo do IPCA a apresentar recuo nos preços no período (-0,50%).

Mercado de trabalho

De acordo com a Pnad Contínua Mensal (IBGE), no trimestre móvel encerrado em junho de 2024, a taxa de desocupação recuou para 6,9% – a menor taxa para esse trimestre móvel desde 2014. A pesquisa revela que a população ocupada cresceu 1,6% no trimestre e 3,0% no ano, estabelecendo novo recorde da série histórica da pesquisa (101,8 milhões). Além disso, o número de empregados do setor privado (52,2 milhões) também foi recorde, impulsionado pelos contingentes de trabalhadores com carteira assinada (38,4 milhões) e sem carteira assinada (13,8 milhões)

O rendimento médio real das pessoas ocupadas no trimestre encerrado em junho foi de R$ 3.214, o que representou uma alta de 1,8% no trimestre e de 5,8% na comparação anual. Graças ao resultado, a massa de rendimentos chegou a R$ 322,6 bilhões, outro recorde da série histórica da Pnad Contínua Mensal.

Os dados positivos foram respaldados pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged). De acordo com o Ministério do Trabalho e Emprego, a economia brasileira criou 201.705 postos de trabalho com carteira assinada em junho de 2024 – o sexto mês consecutivo com mais admissões do que desligamentos. No primeiro semestre, o saldo acumulado foi de 1,3 milhão de novos vínculos. Os resultados para o mês e o semestre são os melhores desde 2022. Já nos últimos 12 meses, a economia apresentou um saldo de 1,7 milhão vagas formais.

Fontes: IBGE, FGV, Ministério do Trabalho e Emprego, CNC, Banco Central do Brasil.

Taxas de juros, inadimplência e endividamento das famílias

Em agosto de 2023, o Banco Central, por meio do Comitê de Política Monetária (COPOM) deu início ao processo de redução da Taxa Selic. Em sua decisão mais recente (junho de 2024), o COPOM optou pela cautela ao interromper o ciclo de queda da taxa básica de juros, que foi mantida inalterada em 10,50% ao ano.

No campo da inadimplência, o varejo brasileiro continua enfrentando desafios no cenário de inadimplência. Dados mais recentes do índice de inadimplência do Meu Crediário (baseadas em cerca de 200 redes varejistas do Brasil), referentes às vendas no crediário realizadas em março de 2024 e vencidas em junho, revelam uma taxa de inadimplência de 10,10%, o que representa uma alta de 0,26 ponto percentual em relação ao ano anterior e 1,10 ponto percentual em relação ao mês anterior.

Ainda sobre esse tema, dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), indicaram que o percentual de brasileiros endividados permaneceu estável em junho (78,8%). Apesar da melhora no perfil de crédito, o percentual de famílias com dívidas em atraso aumentou para 28,8%. Entre as modalidades de crédito ofertadas no mercado, o cartão de crédito manteve a liderança entre os endividados (86,4% dos devedores), seguido por carnês (16%) e crédito pessoal (9,9%).

Confiança dos consumidores

De acordo com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV Ibre), o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) encerrou o primeiro semestre do ano em alta, a 91,1 pontos, o que representou uma alta de 1,9 ponto em relação a maio.

De acordo com a instituição, a melhora foi motivada pelo bom momento do mercado de trabalho, com a combinação virtuosa de aumento da formalização e da renda. O FGV Ibre ressalta, ainda, que embora a alta da confiança tenha ocorrido de maneira difusa nas quatro faixas de renda, especialmente entre os consumidores de menor poder aquisitivo (de até R$ 2.100).

Outro destaque nos resultados mais recentes de junho envolveu a recuperação da intenção do consumidor em adquirir bens duráveis, que costuma estar relacionada a percepção mais favorável para o uso do financiamento, já que em muitos casos envolve a aquisição de produtos de maior valor, que demandam acesso a crédito.

Fontes: IBGE, FGV, Ministério do Trabalho e Emprego, CNC, Banco Central do Brasil.

Varejo e serviços

Refletindo os números positivos do mercado de trabalho, a trajetória de queda da taxa de juros e o aumento da confiança dos consumidores, o desempenho positivo do varejo continua a surpreender os analistas de mercado.

Segundo dados da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE com referência a maio de 2024, as vendas no comércio varejista no país cresceram 1,2% na comparação com o mês anterior. Os resultados apresentados foram positivos em todos os meses deste ano e, com isso, o ponto mais alto da série, que havia sido registrado em abril, foi deslocado para maio. No ano, há alta acumulada de 5,6% e em 12 meses, de 3,4%.

Cinco das oito atividades pesquisadas evoluíram em terreno positivo, sendo aquelas com maior impacto na PMC: hipermercados e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+0,7%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (+1,6%). Outros setores acompanhados que apresentaram desempenho positivo incluíram: tecidos, vestuário e calçados (+2,0%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (+0,2%), livros, jornais, revistas e papelaria (+0,2%).

Por outro lado, os demais setores monitorados pela PMC apresentaram resultados negativos no período recente: móveis e eletrodomésticos (-1,2%), combustíveis e lubrificantes (-2,5%) e equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-8,5%).

No varejo ampliado, que inclui, além dessas oito atividades, os segmentos de veículos, motos, partes e peças (-2,3%), material de construção (-3,5%) e atacado especializado em produtos alimentícios, o resultado também foi positivo na comparação com abril (+0,8%).

Comparativamente, o volume de serviços prestados no país apresentou estabilidade na passagem de abril para maio de 2024. Conforme mostraram dados da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), também conduzida pelo IBGE, após dois meses seguidos de alta, com ganho acumulado de 1,0%. Na comparação com maio de 2023, o setor registro uma expansão de 0,8% no último mês.

Das cinco atividades acompanhadas pela PMS, três apresentaram queda, com destaque para transportes, que recuou 1,6%, além de informação e comunicação (-1,1%) e outros serviços (-1,6%). Em contraponto, os setores com expansão no volume de serviços, couber destaque para serviços prestados às famílias, que cresceu 3,0%, especialmente restaurantes.

Fontes: IBGE, FGV, Ministério do Trabalho e Emprego, CNC, Banco Central do Brasil.

1 2 3 4 5

Destaques do 2Q2024

Evolução e mudanças em destaque no perfil e hábitos de consumo no 2Q2024, revelados por números e indicadores baseados em dados transacionais dos cartões de crédito Elo

Destaques do 2Q2024: **Cartões de Crédito**

Com base em dados transacionais de compras e pagamentos efetivados através de Cartões de Crédito Elo, esses foram os destaques do 2Q2024*:

+7%
gasto no crédito

Os gastos com cartões de crédito Elo cresceram 7% no 2Q2024, enquanto as transações avançaram 5% no mesmo período. O valor médio por transação foi de R$ 142, o que representou um incremento de 2%*.

5
setores que mais contribuíram para crescimento

No 2Q2024, os 5 principais setores que contribuíram para o crescimento de gasto com cartões de crédito foram: bares e restaurantes, materiais de construção, comércio varejista alimentício, aluguel de veículos e drogarias e farmácias.

5
principais setores em valor médio

Considerando o valor médio por transação, as maiores altas no período abrangeram: livrarias, papelaria e afins (+16%); veterinária e pet shop (+15%); serviços especializados** (+7%); serviços educacionais (+6%), combustíveis (+5%).

+9%
gasto perfil maior renda

O consumo do público de maior renda liderou a expansão dos gastos com cartões de crédito no 2Q2024, com alta de 9% valor transacionado e de 6%, no número de transações efetivadas. Já o público de menor renda apresentou crescimento de 1% de valor transacionado

+16%
gasto perfil digital

Gastos com cartões por meio digital, avançaram 16% no 2Q2024, acima dos 3% registrados pelas compras presenciais. O valor médio por transação também foi maior no digital (R$ 176 x R$ 132)*.

+8%
gasto perfil crédito à vista

No 2Q2024, as compras efetuadas no crédito à vista cresceram 8%, em valor, acima da alta de 5% no crédito parcelado. O valor médio das compras parceladas, contudo, foi maior (R$583 x R$85) e cresceu mais no período (+4% x +3%)*.

A opção à vista foi mais utilizada em: bares e restaurantes, combustíveis, *apps* e serviços de transporte. Já o parcelado foi mais importante para: comércio automotivo, eletroeletrônicos, móveis, serviços e materiais de construção.

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito no 2Q2024

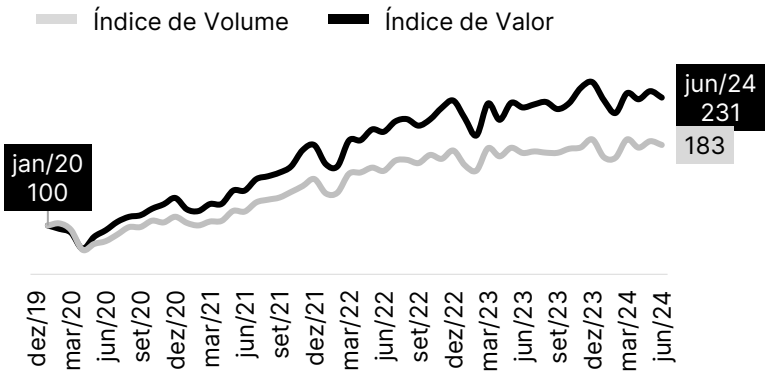
Gastos com cartões de crédito cresceram 7%, no 2Q2024, e 8%, nos últimos 12 meses

O número de transações efetivadas com cartões de crédito Elo cresceu 5% no 2Q2024 em relação ao 2Q2023. Resultado similar foi registrado no acumulado em 12 meses (+5%).

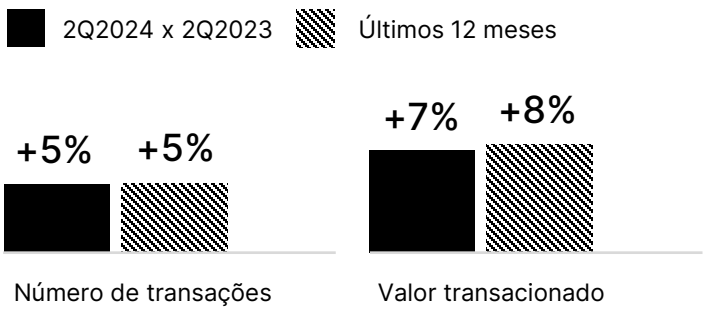
Já o valor transacionado no crédito cresceu 7% no último trimestre*. Nos últimos 12 meses, o crescimento foi ligeiramente maior (+8%).

O valor médio por transação avançou 2% entre o 2Q2023 e o 2Q2024 (R$ 142). Em termos comparativos, o valor médio foi de R$ 144 nos últimos 12 meses e registrou alta de 2%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$142 +2% ↑
Média no 2Q2024

R$144 +2% ↑
Média nos últimos 12 meses

Comportamento do consumo por grupos de renda

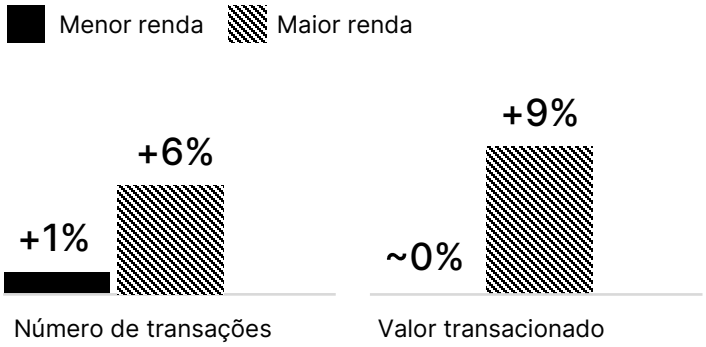
Com alta de 9%, público de maior poder aquisitivo lidera expansão dos gastos com cartões de crédito

De acordo com os últimos dados disponíveis, o número de transações com cartões de crédito efetuadas pelo público de maior renda cresceram, em média, 6% no 2Q2024. Em valor, a alta registrada nos gastos foi de 9%.

Em contraste, considerando o perfil do público de menor renda, as transações cresceram apenas 1% em volume e praticamente não se alteraram, em valor*.

As diferenças nos hábitos de consumo com cartões de crédito entre os dois grupos também se refletiram no valor médio gasto no 2Q2024 (R$ 85 x R$ 176). Além disso, o valor médio por transação recuou 1% entre portadores de menor poder aquisitivo, enquanto no outro grupo houve alta de 2%.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$85 -1% ↓
Público de menor renda

R$176 +2% ↑
Público de maior renda

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Gastos por meio digital e meio presencial

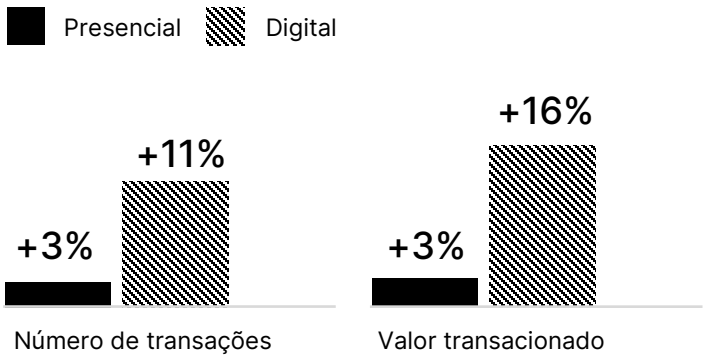
Gastos com cartões de crédito através de meios digitais cresceram 16% no 2Q2024

Os resultados do 2Q2024 revelaram que as compras e pagamentos digitais através de cartões de crédito tiveram um crescimento de 11%, em número, e de 16%, em valor total.

Comparativamente, entre as compras presenciais efetivadas no crédito, o crescimento em volume foi de 3%, enquanto os valores avançaram 3% no trimestre.

O valor médio por transação também foi maior nas compras feitas no crédito por meio digital (R$ 176) em relação ao presencial (R$ 132), além de ter exibido um crescimento de em relação ao 2Q2023 (+5%).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$132	~0%	R$176	+5% ↑
Presencial		Digital	

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Uso de cartões de crédito para compras à vista e parceladas

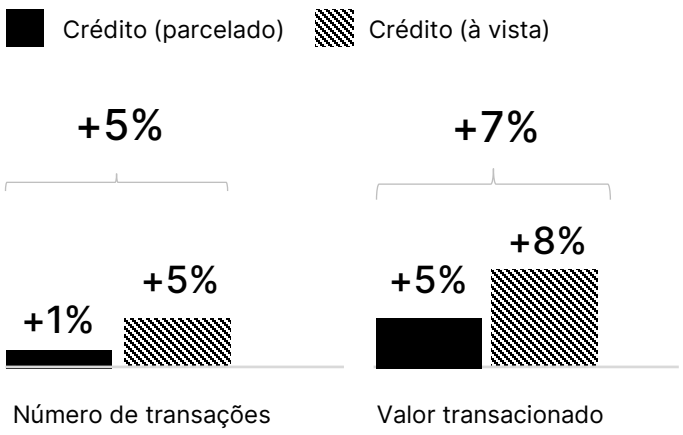
Número de transações efetivadas no crédito à vista cresce 5% no 2Q2024. No parcelado, alta foi de apenas 1%

Responsável pela maior parte das transações (89%) e gastos (88%) dos brasileiros com cartões de crédito Elo, a opção de crédito à vista cresceu mais no 2Q2024, tanto em volume (+5%) quanto em termos de valor transacionado (+8%).

Comparativamente, o número de transações efetivadas no crédito parcelado cresceu apenas 1% no período, enquanto os gastos cresceram 5%.

Por outro lado, as compras parceladas com cartões de crédito apresentaram um valor médio maior no 2Q2024 (R$ 583 x R$ 85) e cresceram marginalmente mais no período (+4% x +3%).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$142 +2% ↑
Crédito (agregado)

R$583 +4% ↑
Crédito (parcelado)

R$85 +3% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Destaques em número de transações efetuadas com Cartões de Crédito

Transporte, estética, higiene pessoal e cosméticos lideram alta das transações efetuadas com cartões de crédito no 2Q2024.

Em termos quantitativos, o consumo com cartões de crédito no 2Q2024 avançou na maior parte das categorias analisadas, com destaque para os recortes: *serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; higiene pessoal e cosméticos; bares e restaurantes; recreação e lazer; veterinária e pet shop; serviços e materiais de construção;* entre outros.

Em contraponto, houve queda nas transações efetivadas cartões de crédito nos segmentos: *serviços especializados**; serviços educacionais, lojas de departamento; comércio atacadista especializado; livrarias papelarias e afins.*

Evolução do número de transações no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor transacionado via Cartões de Crédito

Cuidados com pets e com estética, transporte, livros e higiene pessoal foram destaque nos gastos no crédito do 2Q2024

Já em termos de valor transacionado, os destaques envolveram: *veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; livrarias, papelarias e afins; higiene pessoal e cosméticos; bares e restaurantes; serviços e materiais de construção;* entre outros.

Por outro lado, houve queda no valor transacionado em segmentos como: *serviços especializados**; comércio atacadista especializado; serviços educacionais; lojas de departamento; turismo e viagens; eletroeletrônicos, móveis e decoração; turismo e viagens;* entre outros.

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

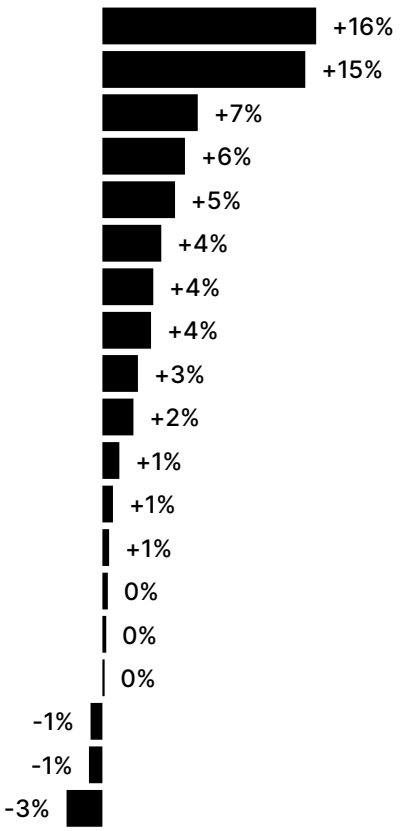
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito

Maiores altas no valor médio transacionado com cartões de crédito foram encontradas em livrarias e papelarias, cuidados com os pets, serviços especializados** e educacionais

Quase todos os segmentos apresentaram aumento no valor médio por transação efetivada com cartões de crédito*, sendo os maiores aumentos em: *livrarias, papelaria e afins; veterinária e pet shop; serviços especializados**; serviços educacionais; combustíveis; saúde, farmácias e drogarias, estética e cabeleireiros;* entre outros.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto com: *eletrônicos, móveis e decoração; turismo e viagens; bares e restaurantes.*

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*



Livrarias, papelaria e afins
Veterinária e pet shop
Serviços especializados **
Serviços educacionais
Combustíveis, estacionamento e aluguel de veículos
Saúde, farmácias e drogarias
Estética e cabeleireiros
Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
Lojas de departamento
Serviços e materiais de construção
Higiene pessoal e cosméticos
Comércio varejista alimentício
Recreação e lazer
Comércio atacadista especializado
Vestuário, óticas e acessórios
Serviços e apps de transporte
Bares e restaurantes
Turismo e viagens
Eletroeletrônicos, móveis e decoração

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

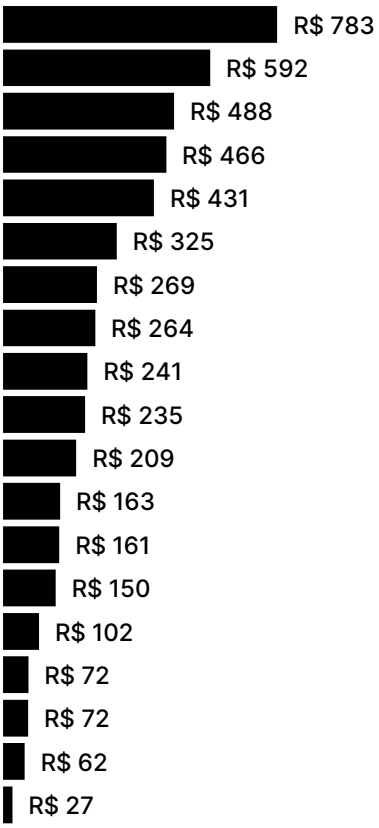
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito

Turismo, segmento automotivo, eletroeletrônicos, serviços e materiais de construção lideram *ranking* de valor médio

Considerando os gastos com cartões de crédito no 2Q2024, os maiores valores médios por transação foram registrados na aquisição de bens e serviços pelos seguintes segmentos: *turismo e viagens; segmento automotivo; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção; serviços educacionais;* entre outros.

Em contraste, os menores valores foram registrados nos segmentos: *serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; comércio varejista alimentício; livrarias e papelarias; venda de combustíveis; saúde, farmácias e drogarias; higiene pessoal e cosméticos;* entre outros.

Valor médio por transação no 2Q2024*



Turismo e viagens	R$ 783
Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos	R$ 592
Eletroeletrônicos, móveis e decoração	R$ 488
Serviços e materiais de construção	R$ 466
Serviços educacionais	R$ 431
Veterinária e pet shop	R$ 325
Vestuário, óticas e acessórios	R$ 269
Lojas de departamento	R$ 264
Comércio atacadista especializado	R$ 241
Serviços especializados **	R$ 235
Estética e cabeleireiros	R$ 209
Recreação e lazer	R$ 163
Higiene pessoal e cosméticos	R$ 161
Saúde, farmácias e drogarias	R$ 150
Combustíveis, estacionamento e aluguel de veículos	R$ 102
Livrarias, papelaria e afins	R$ 72
Comércio varejista alimentício	R$ 72
Bares e restaurantes	R$ 62
Serviços e apps de transporte	R$ 27

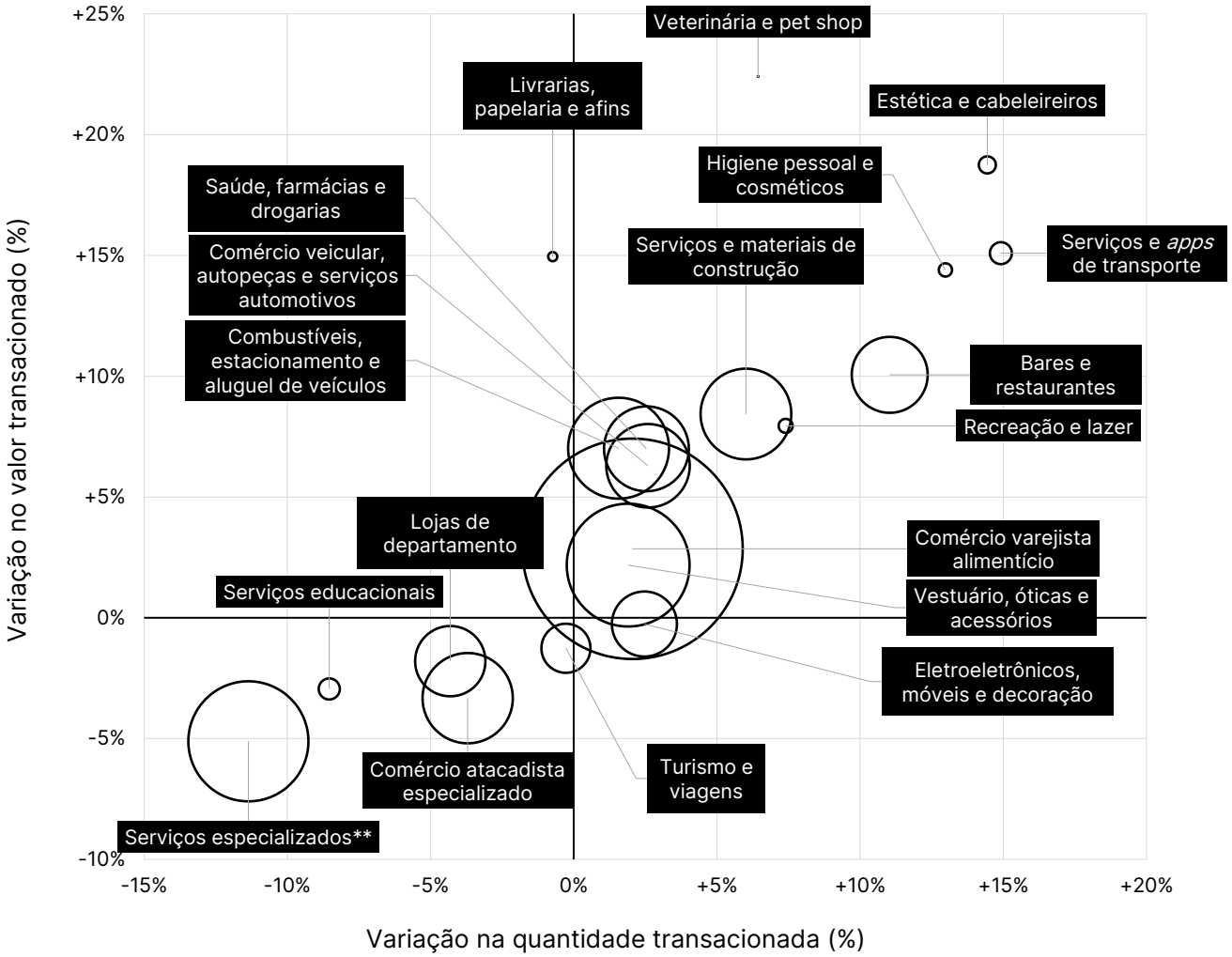
* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques do 2Q2024 (Crédito)

No gráfico a seguir, cada “bolha” representa um dos segmentos de acordo com as variações no número de transações (eixo horizontal) e valor transacionado (eixo vertical) com Cartões de Crédito.

Em especial, os destaques do período, identificados no quadrante superior direito do gráfico; envolveram: *veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; higiene pessoal e cosméticos; bares e restaurantes; serviços e materiais de construção;* entre outros.

Desempenho agregado por segmento no 2Q2024*



Legenda : Largura das “bolhas” representa a participação relativa do segmento nos gastos do 2Q2024

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.

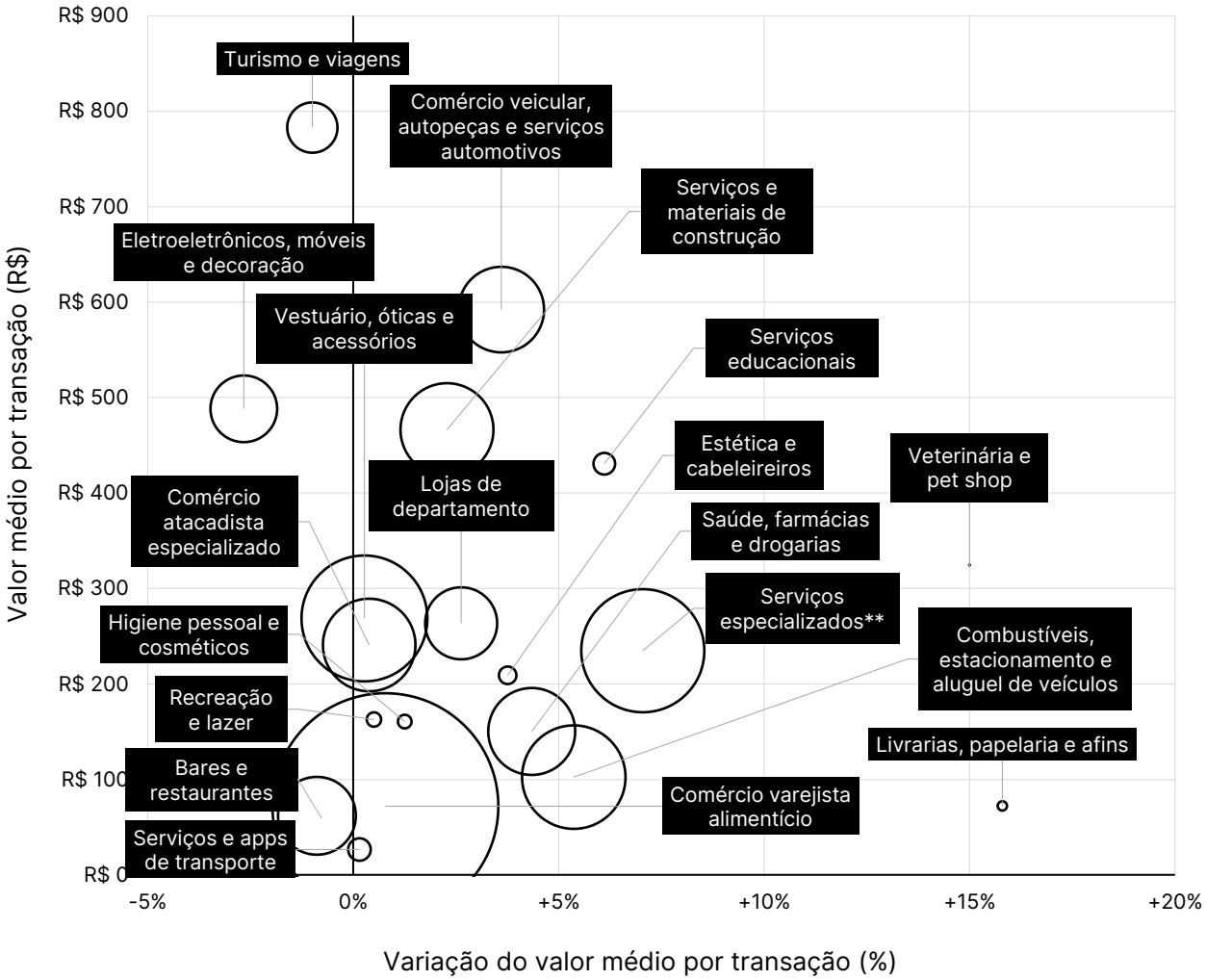
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques do 2Q2024 (Crédito)

Já no gráfico abaixo, é possível identificar os segmentos de acordo com os valores médios por transação no 2Q2024 (eixo vertical), e as variações em relação ao resultado de 2Q2023 (eixo horizontal).

No período, os maiores valores foram identificados para: *turismo e viagens, segmento automotivo; eletroeletrônicos, móveis, serviços e materiais de construção*. Já os maiores aumentos foram notados em: *livrarias e papelarias; veterinária e pet shop; serviços especializados e educacionais.*

Nível e variação do valor médio por transação no 2Q2024*



Legenda : Largura das "bolhas" representa a participação relativa do segmento nos gastos do 2Q2024

* Valor médio no 2Q2024. Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.

** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

2 3 4 5 6

Perfil de Consumo (Crédito)

Público de Maior Renda

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito pelo público com perfil de maior poder aquisitivo

Características do perfil de consumo do Público de Maior Renda

Grupo é caracterizado por diversidade na cesta, presença de produtos de alto valor agregado, além de maior participação de cartões de crédito e do meio digital

De forma geral, o perfil e as características gerais do consumo do público de maior renda são marcados exatamente pelo seu poder aquisitivo, condição socioeconômica que garante aos indivíduos e famílias um padrão de vida e de consumo mais elevado, que reduzem a vulnerabilidade dos integrantes a choques e crises econômicas.

Esse padrão mais elevado pode ser definido pela maior flexibilidade nos gastos mensais, bem como pela diversidade na cesta (ou seja, pelo maior número de produtos e serviços que são consumidos), pela presença de produtos e serviços de maior valor agregado, por compras mais volumosas e/ou de maior valor total. É comum que seus integrantes sejam os pioneiros em tendências e inovações introduzidas no mercado.

No campo dos meios de pagamento, é esperado que os indivíduos e famílias que integram o público de maior renda realizem um maior número de suas transações com cartões de crédito (tanto à vista quanto de forma parcelada) e tenham maior participação do *e-commerce* e de pagamentos efetivados por meio digital quando comparados aos hábitos do público que vive cotidianamente com restrições orçamentárias.

Do ponto de vista da cesta de consumo, é comum que o peso de produtos e serviços ditos “essenciais”, como alimentação e transportes, preservem um peso importante, mas compartilhem paço no orçamento com turismo, cultura, lazer, cuidados com pets, cuidados pessoais e serviços especializados.

Comportamento do Consumo do Público de Maior Renda através de Cartões de Crédito

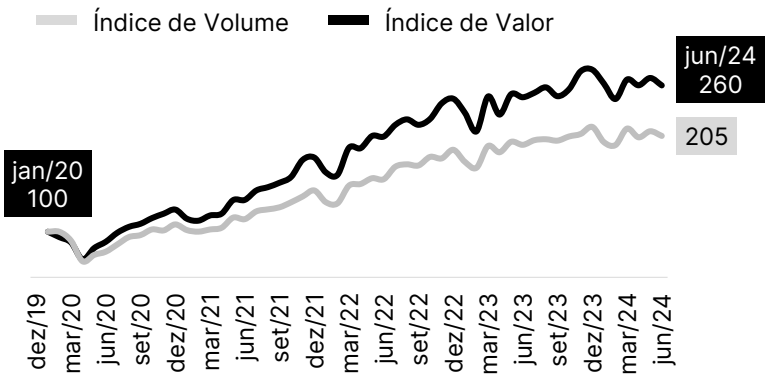
Gastos no crédito pelo público de maior poder aquisitivo crescem 9% no 2Q2024

De acordo com os dados transacionais relacionados ao uso de cartões de crédito para pagamentos e compras, o consumo das famílias com maior renda registrou um crescimento de 9% no 2Q2024, em valor, e uma alta de 13% nos últimos 12 meses.

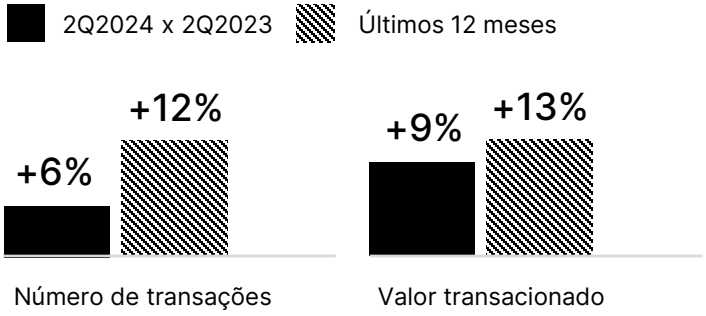
O valor médio por transação no 2Q2024 foi de R$ 176, crescendo 2% em relação ao 2Q2023. Nos últimos 12 meses, a média foi de R$ 177.

Entre janeiro de 2020 e junho de 2024, os gastos com cartões de crédito subiram 160%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$176 +2% ↑
Média no 2Q2024

R$177 +1% ↑
Média nos últimos 12 meses

Gastos do Público de Maior Renda com Cartões de Crédito por meio digital e meio presencial

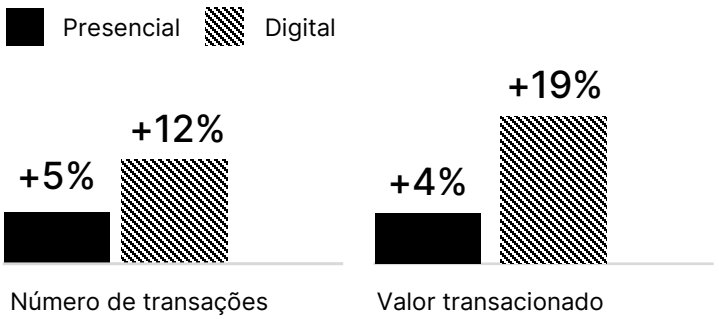
Uso de cartões de crédito para efetuar compras e pagamentos digitais pelo público de maior renda cresceu 12% no 2Q2023

Os dados do 2Q2024 revelam que as compras e pagamentos digitais com cartões de crédito por portadores maior renda apresentaram uma alta de 12%, em número de transações, e de 19%, em valor transacionado – superando o desempenho das compras presenciais (+5% e +4%).

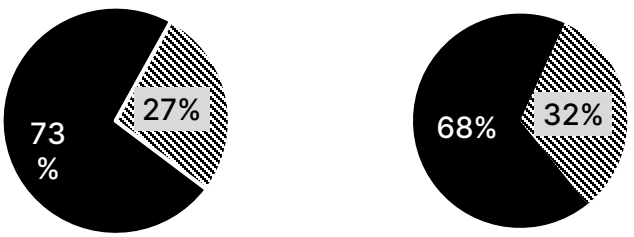
O meio presencial, contudo, ainda responde por 73% das transações e 68% dos valores gastos com cartões de crédito por esse público.

O valor médio por transação também foi maior nas compras no crédito por meio digital (R$ 210) em comparação ao presencial (R$ 164), além de ter exibido crescimento no período (+6%).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$164	~0%	R$210	+6%
Presencial		Digital	

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Preferências no uso de Cartões de Crédito pelo Público de Maior Renda

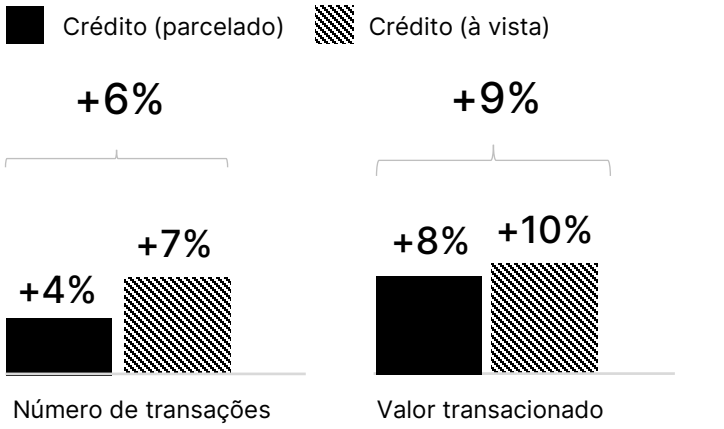
Crédito à vista é predominante nas transações do público de maior renda (86%) e cresceu mais no 2Q2024 (+7%)

No perfil de maior renda, a maior parcela das transações (86%) e cerca de metade do valor transacionado (50%) com cartões de crédito foi efetivada com a opção de pagamento à vista.

Nesse recorte, a modalidade também cresceu mais que a opção do parcelamento no 2Q2024, tanto em termos de número de transações (7% x 4%) quanto em valor transacionado (10% x 8%)

Por outro lado, o valor médio das compras feitas no crédito parcelado (R$ 648) foi mais de seis vezes maior do que na opção à vista (R$ 103).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$176 +2% ↑
Crédito (agregado)

R$648 +4% ↑
Crédito (parcelado)

R$103 +3% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

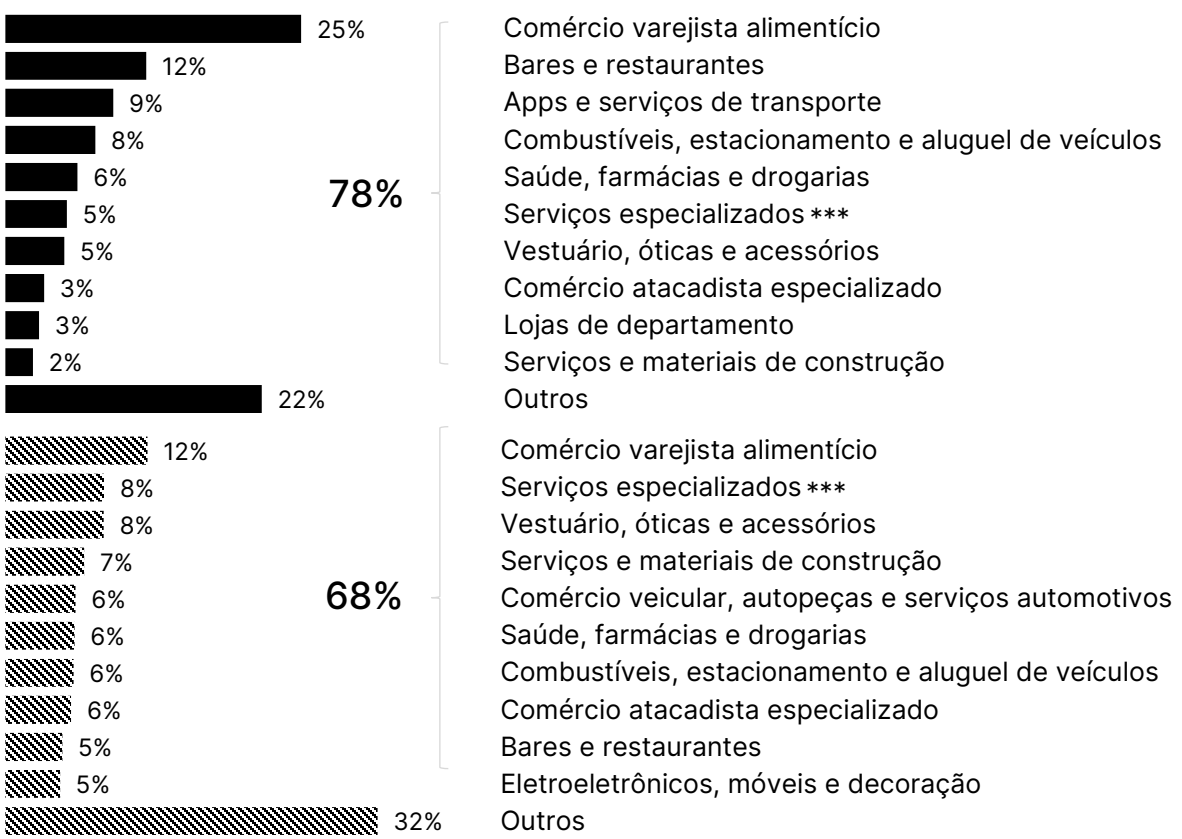
Distribuição do Consumo com Cartões de Crédito pelo Público de Maior Renda

Alimentação, transportes e combustíveis respondem pela maior parte dos gastos com crédito pelo público de maior renda

Considerando o consumo com cartões de crédito por famílias de renda mais alta, 78% das transações do 2Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para *alimentação*, transporte**, cuidados com saúde, além de serviços especializados***.*

Em valor, os 10 principais segmentos de representaram 68% do total, destacando-se: *alimentação*, serviços especializados**, vestuário, serviços e materiais de construção,* entre outros.

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito pelo Público de Maior Renda (2Q2024)



* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em número de transações com Cartões de Crédito entre o Público de Maior Renda

Alta nas transações com crédito pelo público de maior renda favoreceu estética, cuidados pessoais, transporte, bares e restaurantes

Em termos quantitativos, o consumo do público de maior renda no 2Q2024 com cartões de crédito foi predominante entre os segmentos analisados, com destaque para: *estética e cabeleireiros; higiene pessoal e cosméticos; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; recreação e lazer; serviços e materiais de construção;* entre outros.

Em contraponto, houve queda nas transações efetivadas com cartões de crédito por esse público com *serviços especializados***; *serviços educacionais; lojas de departamentos; comércio atacadista especializado, turismo e viagens*.

Evolução do número de transações no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor transacionado com Cartões de Crédito entre o Público de Maior Renda

Já os gastos no crédito cresceram mais em cuidados com os pets, cuidados pessoais, livrarias, transporte, bares e restaurantes

Comparativamente, aumento no valor gasto no crédito pelo público de maior renda também foi abrangente, com destaque para: *veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; higiene pessoal e cosméticos; livrarias, papelaria e afins; serviços e apps de transporte, bares e restaurantes;* entre outros.

Por outro lado, houve queda no valor transacionado no crédito pelo público de maior renda em segmentos como *serviços especializados**; comércio atacadista; lojas de departamento; turismo e viagens e serviços educacionais.*

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

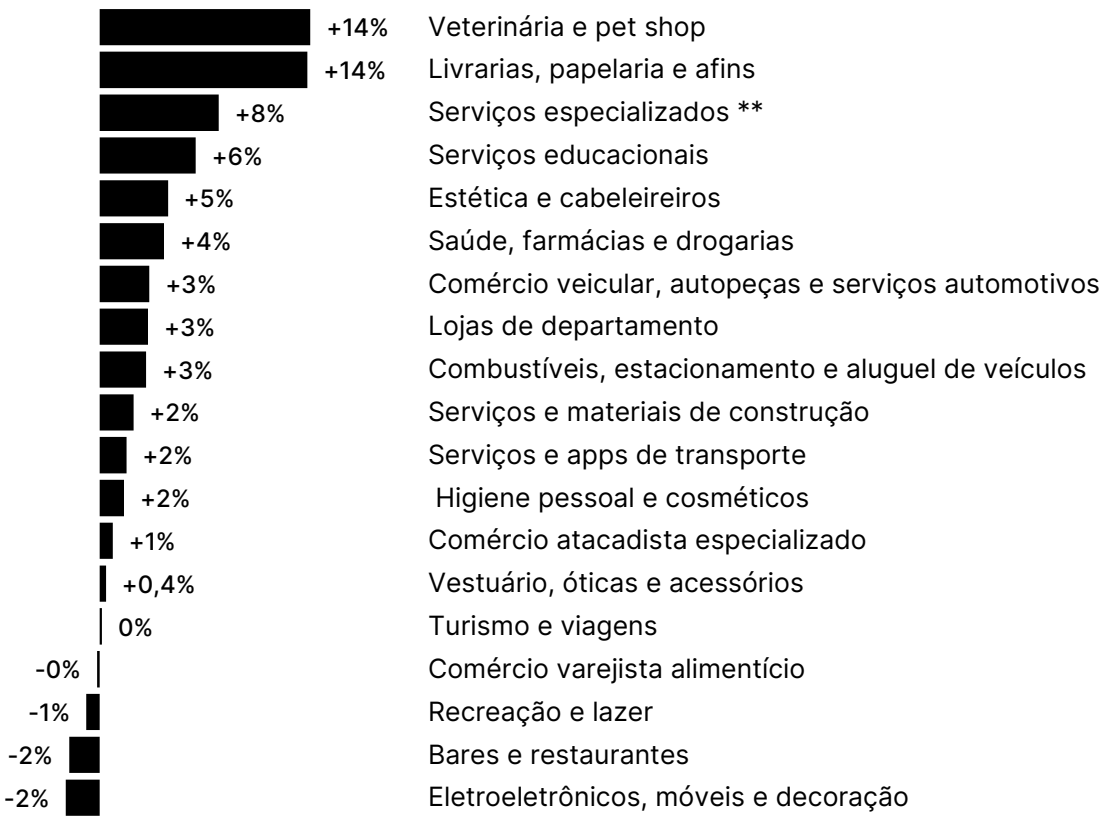
Destaques em valor médio por transação no Crédito junto ao Público de Maior Renda

Maiores aumentos de valor médio gasto no crédito envolveram cuidados com os pets, livrarias e serviços especializados**

Com respeito ao valor médio por transação do público de maior renda, os maiores aumentos abrangeram compras efetivadas no cartão de crédito com: *veterinária e pet shop*; *livrarias, papelarias e afins; serviços especializados**; *serviços educacionais; estética e cabeleireiros; saúde, farmácias e drogarias; entre outros*.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto por esse público com cartões de crédito em: *eletroeletrônicos, móveis e decoração; bares e restaurantes; recreação e lazer.*

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

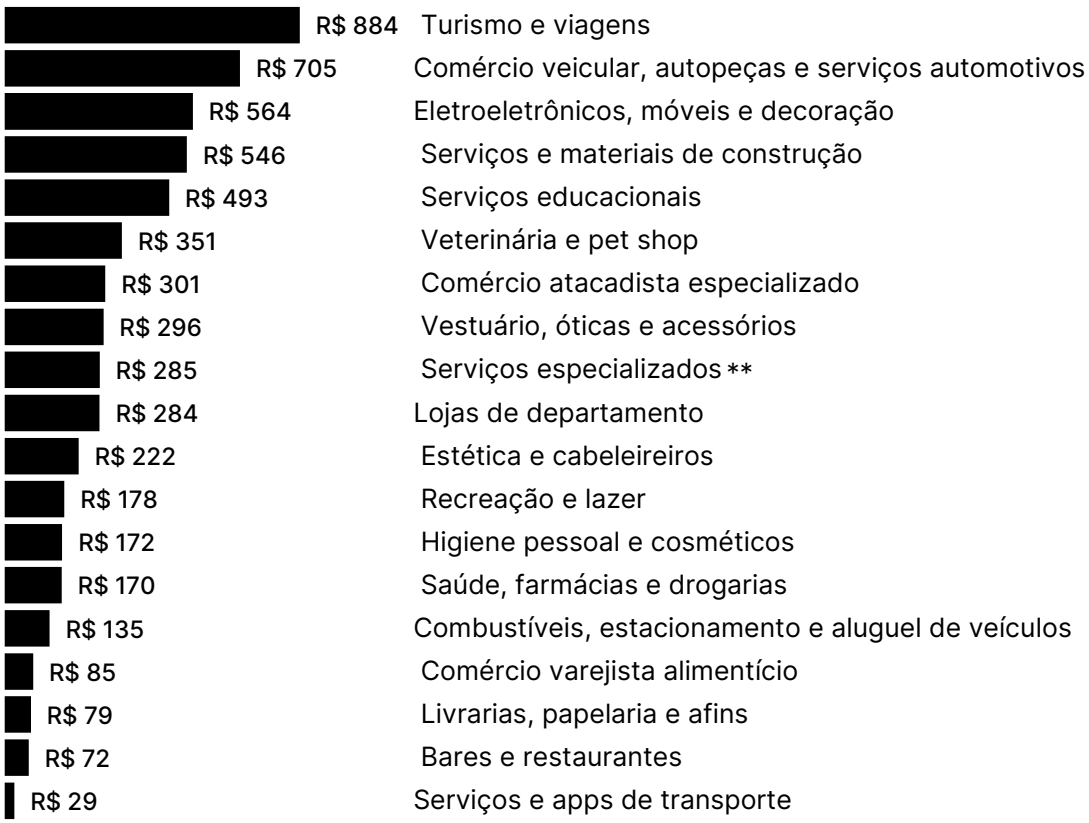
Destaques em valor médio por transação no Crédito entre o Público de Maior Renda

Maiores valores médios por transação no crédito envolveram turismo e viagens, segmento automotivo e eletroeletrônicos

Considerando o público de maior renda, os maiores valores médios por transação efetivada no crédito foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; segmento automotivo; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção; serviços educacionais; cuidados com os pets;* entre outros.

Em contraste, os menores valores foram registrados nos segmentos: *serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; livrarias papelarias e afins; comércio varejista alimentício;* entre outros segmentos listados.

Valor médio por transação no 2Q2024*



* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

3 4 5 6 7

Perfil de Consumo (Crédito)

Público de Menor Renda

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito pelo público com perfil de menor poder aquisitivo

Características do perfil de consumo do Público de Menor Renda

Embora tenha se popularizado, uso de cartões de crédito ainda enfrenta limites nas restrições orçamentárias, juros e endividamento doe famílias de menor renda

Contrastando com os aspectos que qualificam o consumo do público de maior poder aquisitivo, o perfil e as características do público de maior renda são por restrições orçamentárias enfrentadas pelos indivíduos e famílias. Tais restrições estão ligadas à maior vulnerabilidade social e econômicas desse grupo a choques, crises e inflação, acesso limitado a bens e serviços, além de maiores taxas de endividamento e de inadimplência.

Esse padrão mais baixo de consumo pode ser definido pela menor flexibilidade nos gastos mensais, bem como pelo variedade limitada de produtos e serviços que entram na cesta de consumo. Além disso, a presença de produtos e serviços de maior valor agregado é mais eventual, as compras são menos volumosas e, portanto, tem custo menor de aquisição. Na prática, essa limitação se dá também em face do maior comprometimento de renda com aquisição de itens “essenciais”, como alimentação e transportes, o que reduz espaço orçamentário para outros produtos e serviços, sobretudo aqueles identificados como supérfluos ou de alto valor agregado, notadamente: turismo, cultura e lazer.

Em termos de tendências e inovações de mercado, portanto, os indivíduos e famílias que compõem essa grupo dificilmente são os pioneiros, uma vez que o acesso primário a produtos e serviços novos é oneroso.

Embora o uso de cartões de débito ainda seja predominante neste grupo, este informe busca analisar o dinamismo das compras efetivas com cartões de crédito, cuja importância tem sido crescente.

Comportamento do Consumo do Público de Menor Renda através de Cartões de Crédito

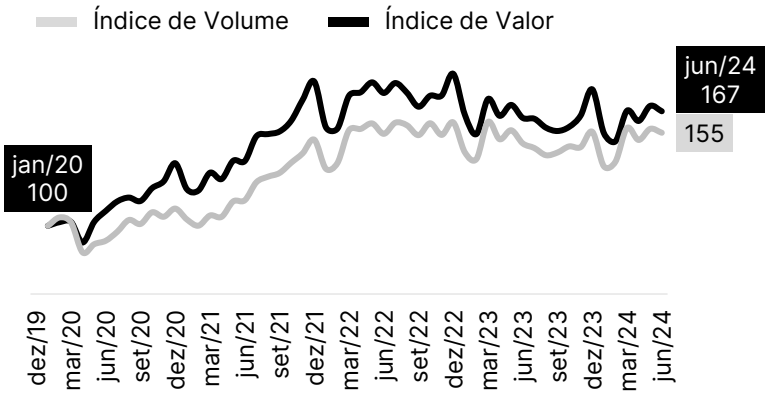
Uso do crédito pelo público de menor renda oscila perto da estabilidade no 2Q2024

O consumo de cartões de crédito para pagamentos e compras das famílias de menor renda praticamente não sofreu alteração no 2Q2024, em valor.

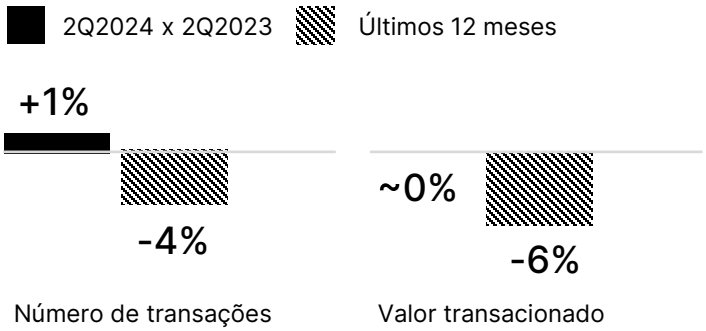
O valor médio por transação no 2Q2024 foi de R$ 85, o que corresponde a uma ligeira queda de 1% em relação ao 2Q2023.

Entre janeiro de 2020 e junho de 2024, os gastos no crédito aumentaram 67%, no entanto esse crescimento não tem sido uniforme, até mai/22 houve um crescimento de 84% e, desde então, houve retração de 11%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$85 -1% ↓
Média no 2Q2024

R$87 -2% ↓
Média nos últimos 12 meses

Gastos do Público de Menor Renda com Cartões de Crédito por meio digital e meio presencial

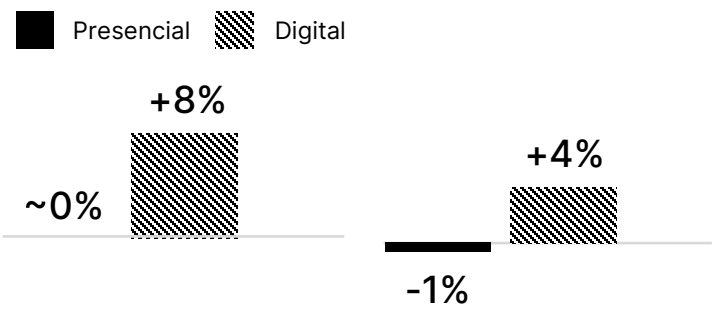
Uso do crédito pelo público de menor é majoritariamente presencial, mas sofre com estagnação. Digital, por outro lado, cresce

Os dados do 2Q2024 revelam que as compras digitais e pagamentos com cartões de crédito, dentro do recorte de famílias de menor renda, apresentaram um aumento de 8%, em número de transações, e de 4%, em valor transacionado – superando o desempenho das compras presenciais com cartões de crédito.

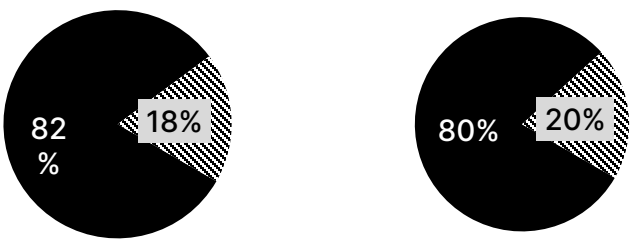
O valor médio por transação efetivada via cartões de crédito foi ligeiramente maior no caso das compras digitais (R$ 92 x R$ 83), embora tenha recuado mais no trimestre (-4% x -1%).

Em termos de participação nas transações e gastos totais, o presencia é predominante (>80%).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$83	-1% ↓	Presencial
R$92	-4% ↓	Digital

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Preferências no uso de Cartões de Crédito pelo Público de Menor Renda

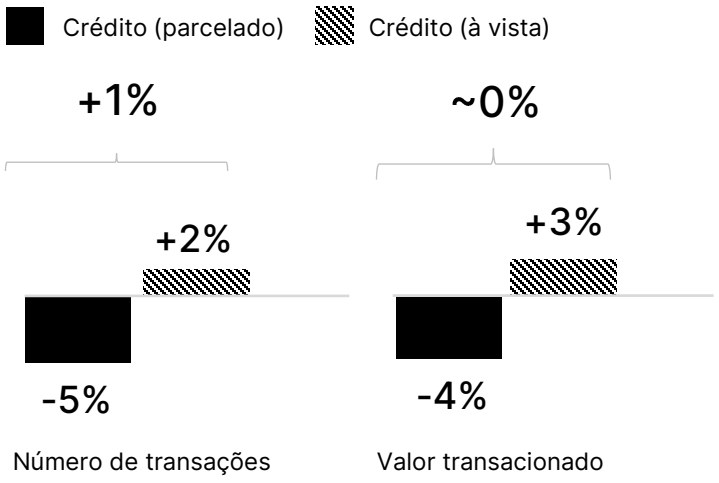
Para público de menor poder aquisitivo, crédito é mais usado para pagamentos à vista, que também cresceram mais no 2Q2024

No perfil de menor renda, a maior parcela das transações (92%) e do valor transacionado (62%) com cartões de crédito foi feita à vista no 2Q2024.

Em termos de variação, os gastos efetivados à vista cresceram 3%, contrastando com o recuo de 4% na modalidade parcelada.

Por outro lado, o valor médio por transação efetivada de forma parcelada (R$ 401) foi muito superior ao valor médio das transações efetivadas à vista no último trimestre (R$ 58).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$85 -1% ↓
Crédito (agregado)

R$401 +1% ↑
Crédito (parcelado)

R$58 +1% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Distribuição do Consumo com Cartões de Crédito pelo Público de Menor Renda

Gasto com cartões de crédito pelo público de menor renda prioriza alimentação e transportes, além de cuidados com saúde

Considerando o consumo com cartões de crédito por famílias de menor renda, 84% das transações do 2Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para despesas com *alimentação*, transportes**, serviços especializados***, além de cuidados com saúde.*

Já em termos de valor gasto no crédito, os 10 principais segmentos de 2Q2024 representaram 78% do total, com destaque para *alimentação*, transportes*, comércio atacadista, vestuário e serviços especializados,* entre outros.

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito pelo Público de Menor Renda (2Q2024)

* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

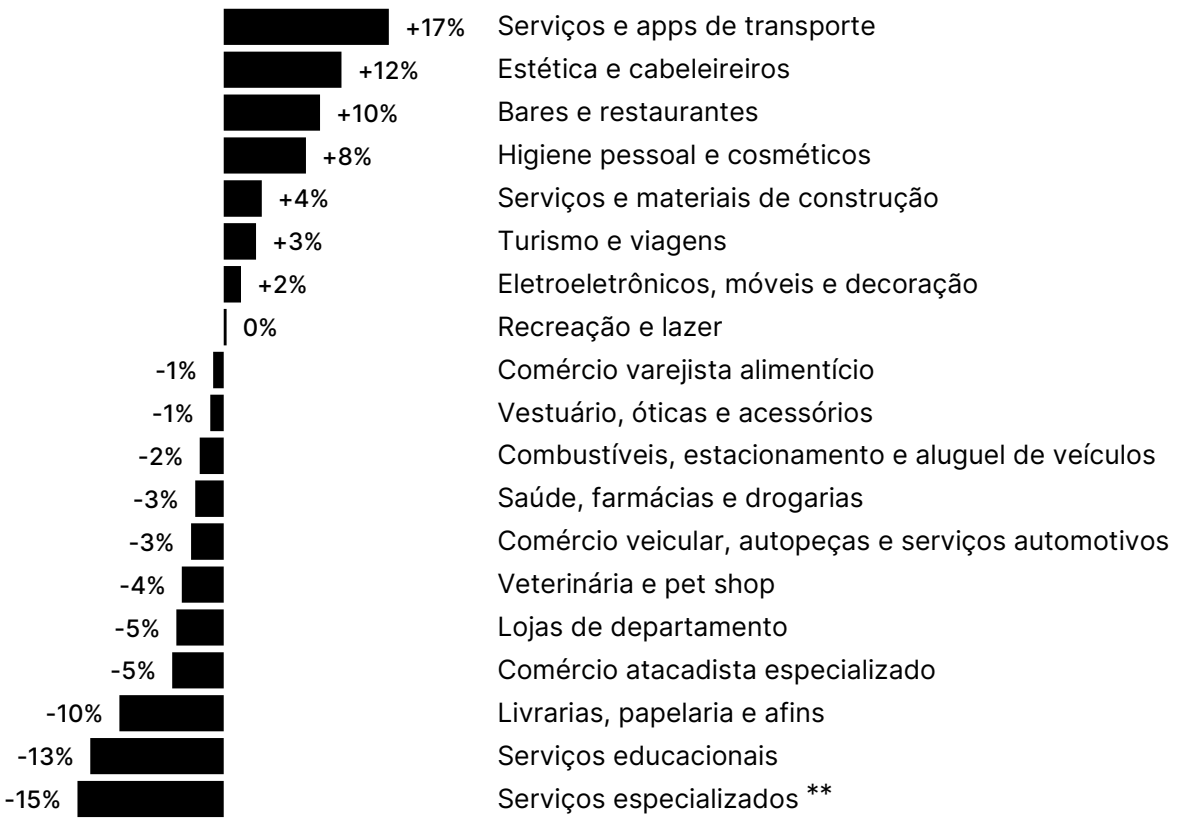
Destaques em número de transações com Cartões de Crédito entre o Público de Menor Renda

Aumento no número de transações efetivadas abrange 7 dos 19 segmentos analisados

Em termos quantitativos, as despesas no crédito pelo público de menor renda no 2Q2024 cresceram nos seguintes segmentos: *serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; serviços e materiais de construção; turismo e viagens; eletroeletrônicos, móveis e decoração*.

Em contrapartida, houve queda nas transações efetuadas com: *serviços especializados**; serviços educacionais; livrarias, papelaria e afins; comércio atacadista especializado; lojas de departamento; veterinária e pet shop*; entre outros.

Evolução do número de transações no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

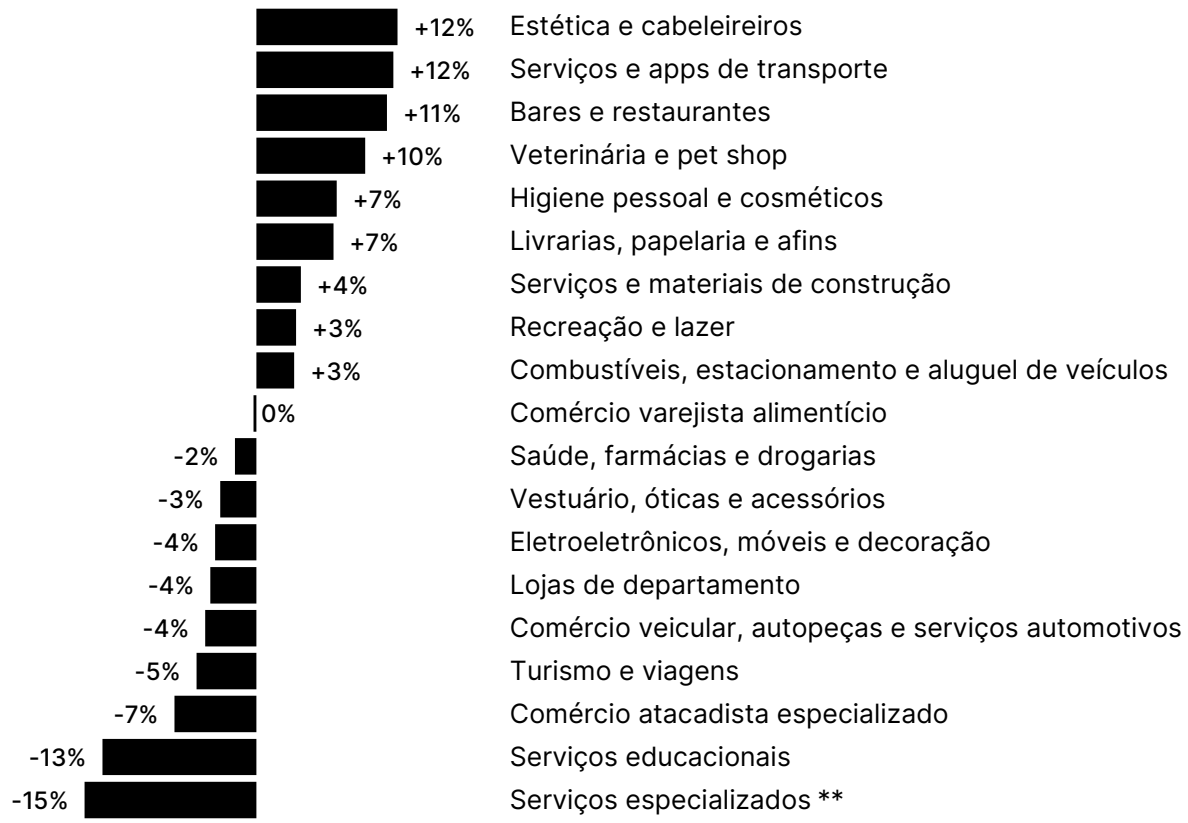
Destaques em valor transacionado entre o Público de Menor Renda

Gastos com estética, transporte, bares e restaurantes, cuidados pessoais e com os *pets* lideram o crescimento do crédito no grupo

Sob a ótica do valor transacionado, as despesas com cartões de crédito pelo público de menor renda tiveram como destaque o crescimento nos segmentos de estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; veterinária e pet shop; higiene pessoal e cosméticos; livrarias, papelarias e afins.

Por outro lado, houve queda nos gastos efetuados no crédito com serviços especializados** e educacionais; comércio atacadista especializado; turismo e viagens; comércio automotivo; entre outros.

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

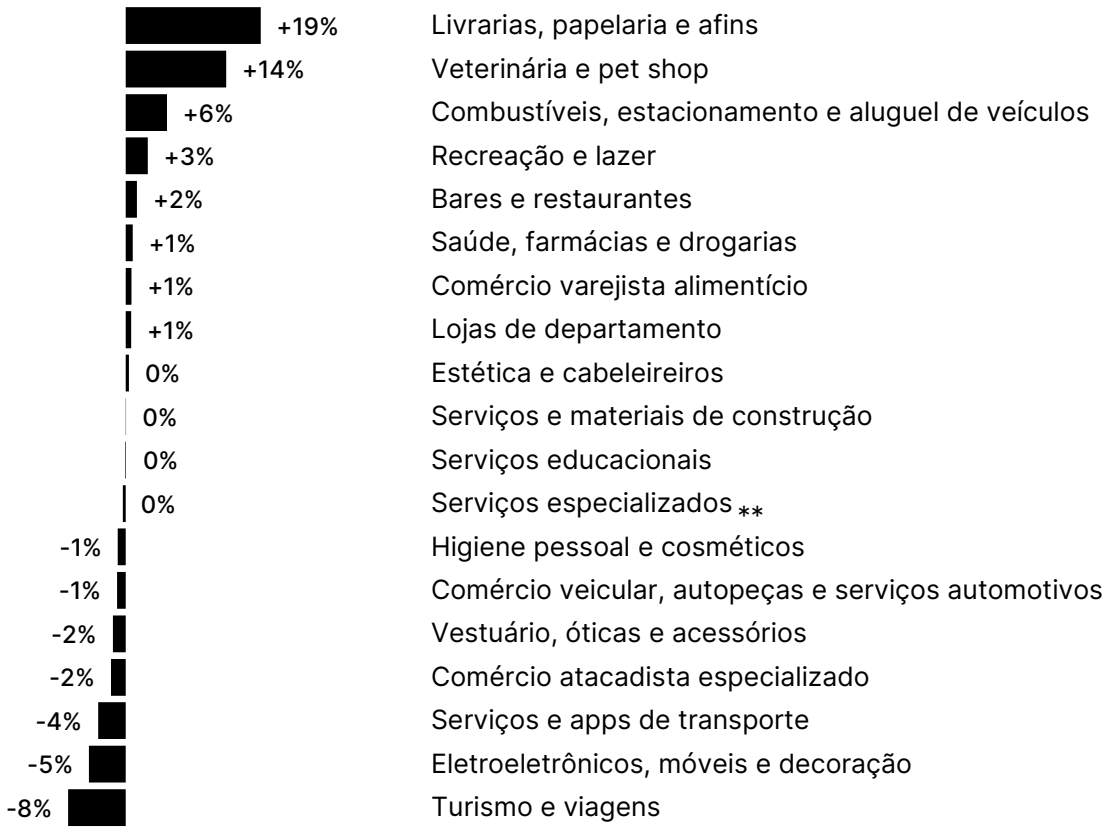
Destaques em valor médio por transação entre o Público de Menor Renda

Maiores aumentos no valor médio gasto por transação ocorreram em livrarias, cuidados com os pets, combustíveis, recreação e lazer

Com respeito ao valor médio por transação efetivada no crédito, os maiores aumentos neste grupo abrangeram segmentos como: *livrarias, papelarias e afins; veterinária e pet shop; combustíveis; recreação e lazer; bares e restaurantes; saúde, farmácias e drogarias*.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto por esse público com: *turismo e viagens; eletroeletrônicos, móveis e decoração, serviços e apps de transporte, comércio atacadista especializados;* entre outros.

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

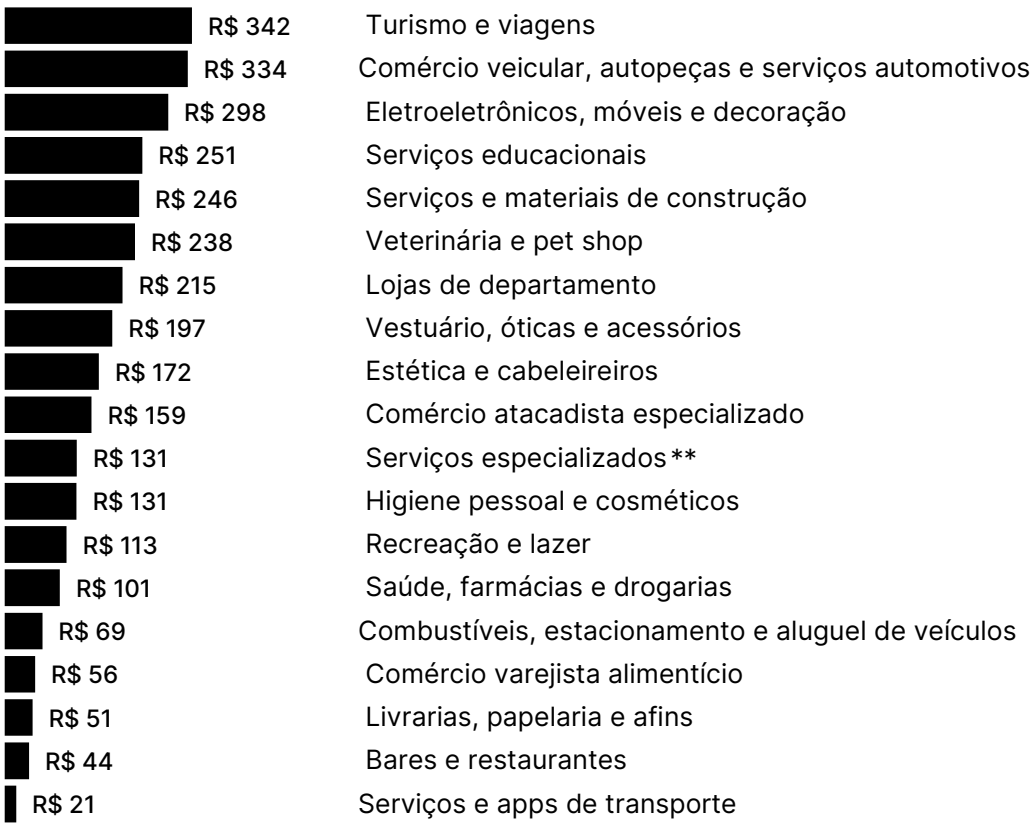
Destaques em valor médio por transação no Crédito entre o Público de Menor Renda

Compras de maior valor no crédito privilegiam turismo e viagens, segmento automotivo, eletroeletrônicos e serviços educacionais

Considerando o uso de cartões de crédito pelo público de menor renda, os maiores valores médios por transação no 2Q2024 foram registrados nos segmentos: *turismo e viagens; segmento automotivo; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços educacionais; serviços e materiais de construção; veterinária e pet shop;* entre outros.

Por outro lado, os menores valores foram registrados nos segmentos: *serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; livrarias papelarias e afins; comércio varejista alimentício; venda de combustíveis;* entre outros.

Valor médio por transação no 2Q2024*



* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

4 5 6 7 8

Perfil de Consumo (Crédito)

Meio Digital

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024 relacionados ao uso de cartões de crédito para compras e pagamentos digitais

Características do perfil de consumo por Meio Digital

Inclusão digital, digitalização do varejo, conveniência, comparabilidade de preços, reviews e reputação impulsionam compras e pagamentos pelo meio digital

A inclusão digital e a digitalização do comércio de produtos e serviços (*e-commerce*) são tendências marcantes do mundo do consumo. Ao lado da bancarização e da multiplicação das opções de meios de pagamento digitais, têm transformado o cenário do varejo, tornando o meio digital uma realidade presente e crescente nos hábitos de consumo dos brasileiros.

Em paralelo, outros fatores têm contribuído para o dinamismo do e-commerce e dos pagamentos digitais com cartões, incluindo: conveniência e comodidade, maior variedade de produtos disponíveis; possibilidade de comparar preços entre lojas, modelos e marcas; acesso a promoções, cupons e descontos exclusivos dos canais digitais; eliminação das barreiras geográficas de acesso a produtos e serviços; oferta detalhada de informações e especificações técnicas dos produtos, além de recomendações de outros consumidores; opções de customização e personalização e produtos; acesso a *reviews*, avaliações e reputação de lojas e produtos feitas por outros consumidores; flexibilidade no pagamento.

Por outro lado, existem elementos que não estão presentes e/ou desincentivo as compras por meio digital, notadamente: custos e prazo de envio de produtos; a ausência da experiência tangível (por exemplo, tamanho de roupas e sapatos); preocupações com segurança de dados e pagamentos (maior chance de fraude e roubo de dados pessoais e/ou bancários); falta de interatividade entre vendedor e comprador (impessoalidade); indisponibilidade de produtos e, principalmente, serviços.

Comportamento do Consumo por Meio Digital com Cartões de Crédito

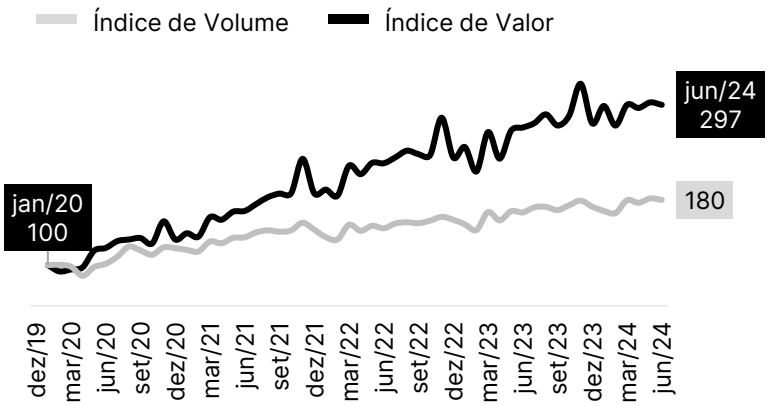
Gastos com cartões de crédito para compras e pagamentos digitais cresce 16% no 2Q2024 e 18% em 12 meses

Considerando dados transacionais sobre o uso de cartões de crédito, os pagamentos e compras digitais, o consumo registrou um crescimento de 16% no 2Q2024, em valor, acompanhado de uma incremento de 18% nos últimos 12 meses.

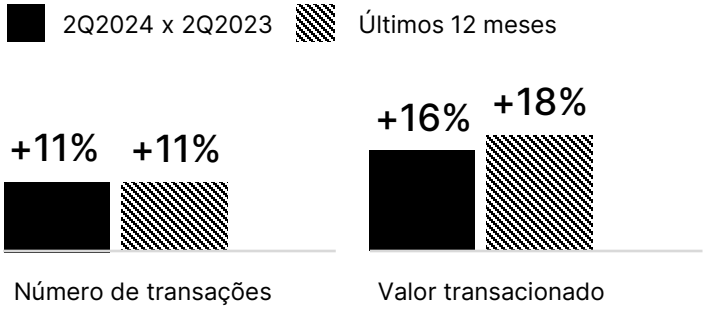
O valor médio por transação efetuada no crédito foi de R$ 176 no 2Q2024, alta de 5%. Nos últimos 12 meses, a média foi próxima, de R$ 177 (+6%).

Entre janeiro de 2020 e junho de 2024, os gastos digitais com cartões de crédito aumentaram 197%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$176 +5% ↑
Média no 2Q2024

R$177 +6% ↑
Média nos últimos 12 meses

Compras Digitais com Cartões de Crédito entre Grupos de Renda

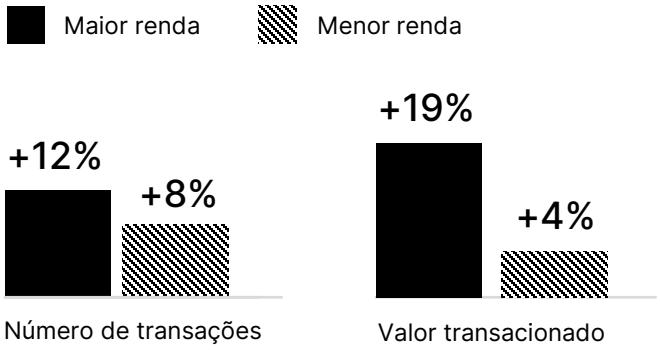
Meio digital responde por uma parcela maior da cesta de consumo via cartões de crédito do público de maior renda

Os dados do 2Q2024 também revelam que as compras digitais mediadas por cartões de crédito cresceram mais junto ao público de maior renda: alta de 12%, no número de transações, e de 19%, em valor transacionado. Não por acaso, o digital ocupa um maior espaço no consumo via crédito nesse grupo (32%).

Comparativamente, no caso do grupo de menor renda, o aumento foi de 8% no número de transações, e de 4% no valor transacionado.

O valor médio por transação digital efetivada pelo público de maior renda (R$ 210) foi mais que o dobro do observado junto aos portadores de cartões de crédito de menor renda (R$ 92).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado por meio digital*

32% +3 pp ↑ — Maior renda

20% +1 pp ↑ — Menor renda

Valor médio por transação*

R$210 +6% ↑ — Maior renda

R$92 -4% ↓ — Menor renda

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Preferências de métodos de pagamento no Crédito para Compras Digitais

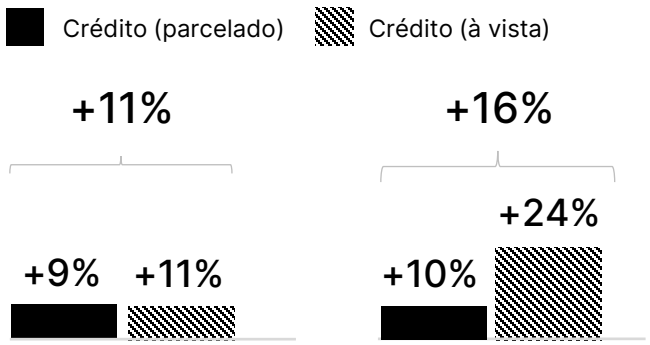
Pagamentos à vista respondem pela maior parte das transações com cartões de crédito em meio digital

No 2Q2024, a maior parcela das transações (85%) e do valor transacionado (49%) por meio digital via cartões de crédito foi efetivada à vista.

Em termos de crescimento, os pagamentos à vista também foram os que mais cresceram em número (+11%) e valor transacionado (+24%).

Por outro lado, o valor médio dos gastos digitais parcelados no crédito (R$ 605) foi mais de seis vezes superior à média das compras efetuadas à vista no período recente (R$ 101).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$176 +5% ↑
Crédito (agregado)

R$605 +1% ↑
Crédito (parcelado)

R$101 +12% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

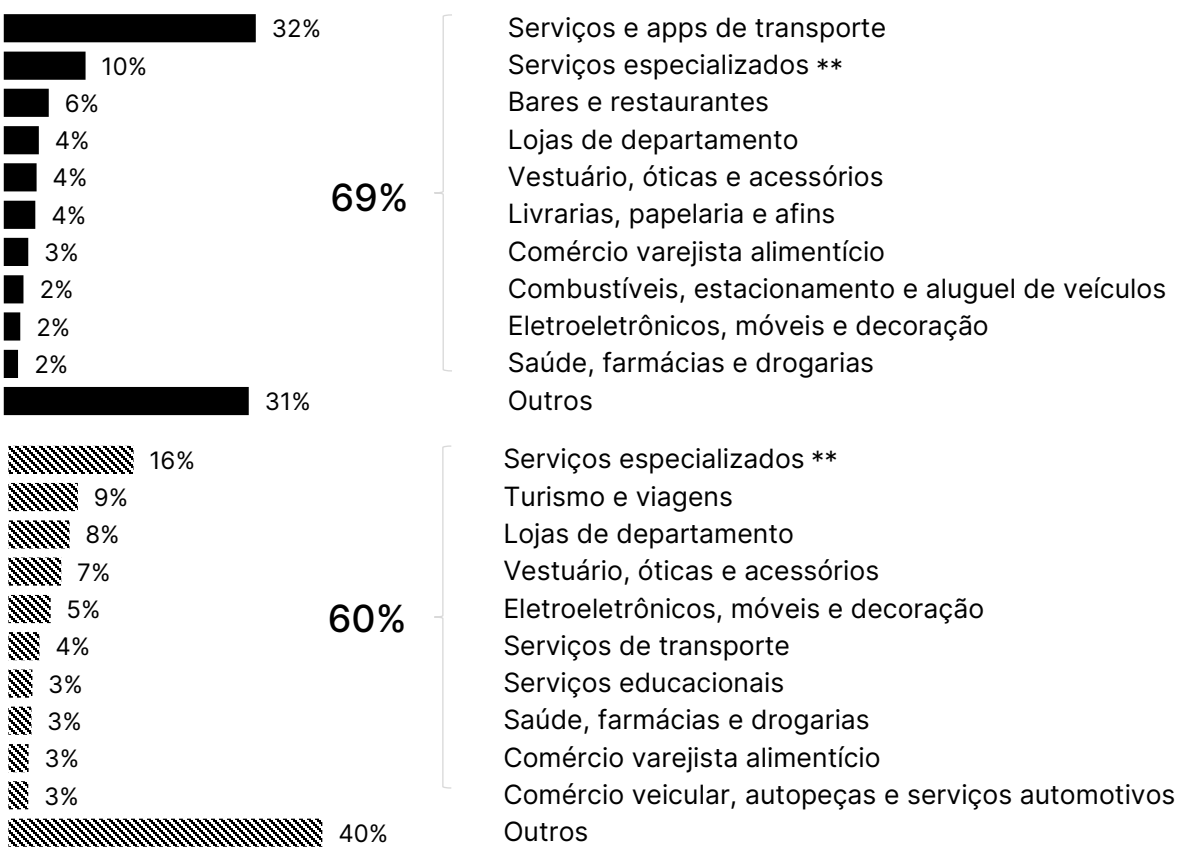
Distribuição do consumo com Cartões de Crédito por Meio Digital

Transporte, serviços especializados, bares e restaurantes, lojas de departamento, vestuário, turismo e viagens são destaques entre as compras digitais no crédito

Considerando o uso com cartões de crédito para compras no *e-commerce* e pagamentos digitais, 69% das transações do 2Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para: *serviços e apps de transporte; serviços especializados**; bares e restaurantes; lojas de departamento;* entre outros.

Em termos de valor, os 10 principais segmentos de 2Q2024 concentravam 60% dos gastos, incluindo: *serviços especializados**; turismo e viagens; lojas de departamento; vestuário e acessórios;* entre outros.

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito por Meio Digital (2Q2024)



* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

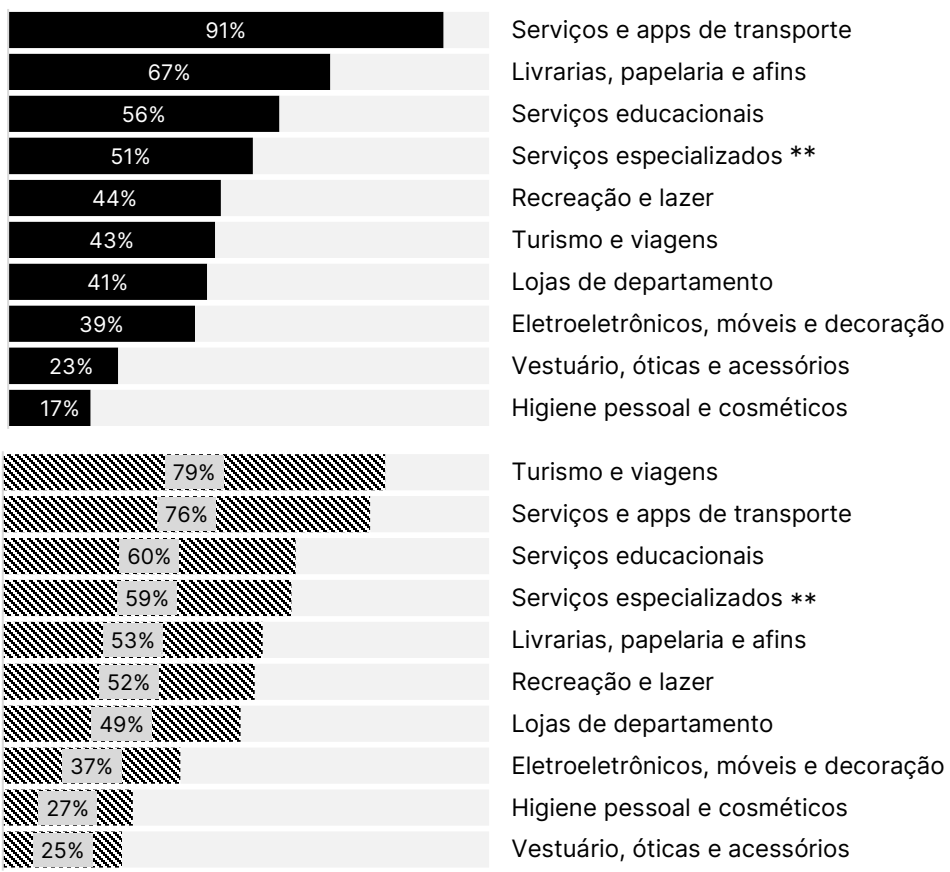
Segmentos com maior penetração do Meio Digital no Consumo através de Cartões de Crédito

Os segmentos em que o digital tem maior penetração no crédito foram transporte, livrarias, turismo e viagens

É possível analisar a penetração do meio digital nos gastos com crédito em cada segmento. Os destaques, no 2Q2024, é de *serviços e apps de transporte*, livrarias; serviços educacionais e especializados**; recreação e lazer; turismo e viagens; lojas de departamento.

Na ótica de valor transacionado no crédito, a presença do digital é maior nas compras de *turismo e viagens*; serviços e apps de transporte; serviços educacionais e especializados**; livrarias; recreação e lazer; lojas de departamento e eletroeletrônicos.

Ranking dos 10 segmentos com maior penetração do Meio Digital no consumo via Cartões de Crédito (2Q2024)



** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em número de transações digitais com Cartões de Crédito

Cuidados com pets, estética, alimentação, higiene e cosméticos registram maiores incrementos nas transações digitais no crédito

Em termos quantitativos, o consumo efetivado no crédito por meios digitais no 2Q2024 cresceu na maioria dos segmentos, com destaque para a alta nas transações em: *veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; comércio varejista alimentício; higiene pessoal e cosméticos; serviços e materiais de construção,* entre outros.

Em contraponto, houve queda no número de transações e compras digitais efetivadas com cartões de crédito no seguintes segmentos: *serviços especializados**; livrarias; bares e restaurantes; combustíveis; turismo e viagens.*

Evolução do número de transações no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor transacionado por Meio Digital com Cartões de Crédito

Em valor, uso do crédito para compras digitais teve a liderança de cuidados com pets, livros, estética, serviços e materiais de construção

Já em termos de valor transacionado, a alta no consumo com cartões de crédito para compras e pagamentos digitais também foi abrangente, com destaque para: *veterinária e pet shop, estética e cabeleireiros; serviços e materiais de construção; livrarias; higiene pessoal e cosméticos;* entre outros.

Por outro lado, houve queda no valor transacionado com cartões de crédito para compras digitais nos seguintes segmentos: *bares e restaurantes; comércio atacadista; lojas de departamento; bares e restaurantes*

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor médio por transação digital com Cartões de Crédito

Livrarias, serviços especializados, combustíveis e segmento automotivo lideram maiores altas no valor médio

Com respeito ao valor médio por transação efetivada com cartões de crédito por meio digital, os destaques no campo positivo envolveram: *livrarias; serviços especializados**; combustíveis; segmento automotivo; serviços educacionais, serviços e apps de transporte*.

Por outro lado, houve queda no valor médio gasto com: *comércio varejista alimentício; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; lojas de departamento; estética e cabeleireiros;* entre outros segmentos listados..

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

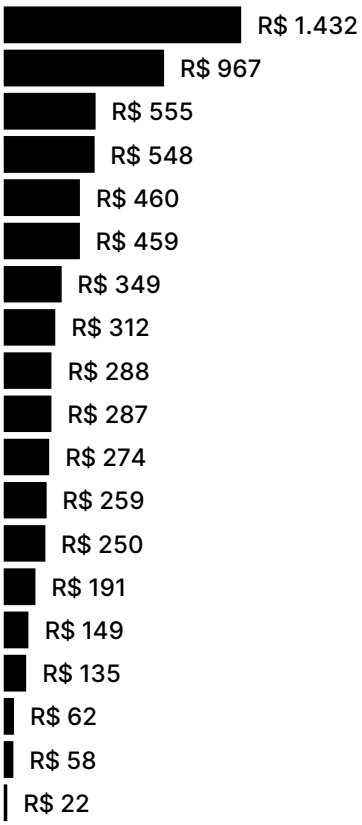
Destaques em valor médio por transação digital com Cartões de Crédito

Compras digitais de maior valor incluíram turismo e viagens; materiais de construção; cuidados com pets e segmento automotivo

Considerando os gastos com cartões de crédito para pagamentos digitais, os maiores valores médios por transação no 2Q2024 foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; serviços e materiais de construção; veterinária e pet shop; segmento automotivo; serviços educacionais; móveis e eletroeletrônicos;* entre outros.

Em contraste, os menores valores foram registrados nos segmentos: *serviços e apps de transporte; livrarias, papelarias e afins; bares e restaurantes venda de combustíveis, estacionamento e aluguel de veículos,* além de *comércio varejista alimentício.*

Valor médio por transação no 2Q2024*



Turismo e viagens
Serviços e materiais de construção
Veterinária e pet shop
Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
Serviços educacionais
Eletroeletrônicos, móveis e decoração
Comércio atacadista especializado
Lojas de departamento
Vestuário, óticas e acessórios
Saúde, farmácias e drogarias
Serviços especializados **
Estética e cabeleireiros
Higiene pessoal e cosméticos
Recreação e lazer
Comércio varejista alimentício
Combustíveis, estacionalmento e aluguel de veículos
Bares e restaurantes
Livrarias, papelaria e afins
Serviços e apps de transporte

* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

5 6 7 8 9

Perfil de Consumo (Crédito)

Meio Presencial

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para efetuar compras e pagamentos presencialmente.

Características do perfil de consumo por Meio Presencial

Mais tradicionais, compras presenciais trazem experiência sensorial do consumo, a interatividade, a facilidade no intercâmbio, no pagamento e na entrega

No campo do consumo, as compras por meio presencial têm como marca a tradição, sendo portanto as mais convencionais e disseminadas. A maior parte dos brasileiros que vive em ambiente urbano realiza algum tipo de transação presencial no dia – seja para se alimentar, para se deslocar ou para fins de lazer e entretenimento. A ação requer, pelo próprio nome, a presença do consumidor e do vendedor, bem como a utilização de meios de pagamento aceitos – entre os quais se incluem os cartões de crédito.

O meio presencial tem entre seus diferenciais a facilidade no intercâmbio; a oferta de uma experiência viva de consumo, marcada pela experiência sensorial – ver e sentir o produto diante de si, experimentá-lo - a maior interatividade entre vendedores e consumidores; a possibilidade de negociar preços e condições mais favoráveis; em muitos casos, a entrega imediata dos produtos (sem pagamento de frete); a confiança e segurança de efetuar o pagamento e atestar a compra diante do próprio vendedor.

De forma geral, as compras realizadas presencialmente são particularmente relevantes em compras de alta frequência, de conveniência e/ou de pequeno valor, além de serem bastante comuns no pagamento de serviços pessoais, que existem a presença do consumidor no local.

Há, contudo, aspectos limitantes às vendas presenciais, como restrições e horário das lojas, limites em termos de disponibilidade; necessidade e custos de deslocamento; filas de espera; conhecimento limitado sobre a reputação da loja, produto, marca e modelo, entre outros.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito por Meio Presencial no 2Q2024

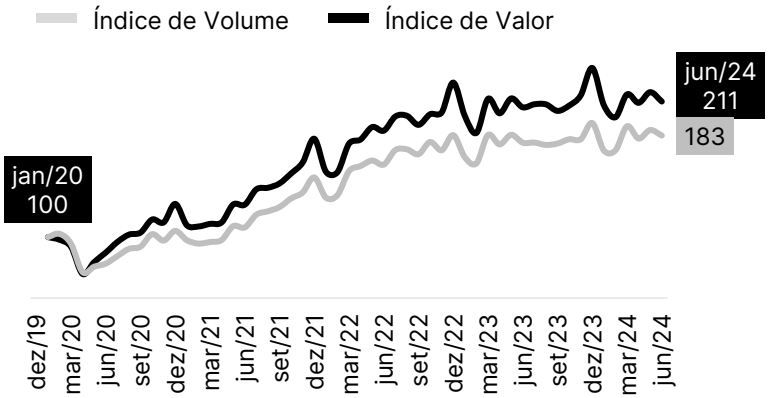
Com valor médio de R$ 132 por compra, gastos presenciais com cartões de crédito cresceram 3% no 2Q2024

De acordo com dados transacionais a respeito do uso de cartões de crédito para realização de pagamentos e compras de forma presencial, os gastos cresceram 3% no 2Q2024, em valor. Nos últimos 12 meses, a alta observada foi de 4%.

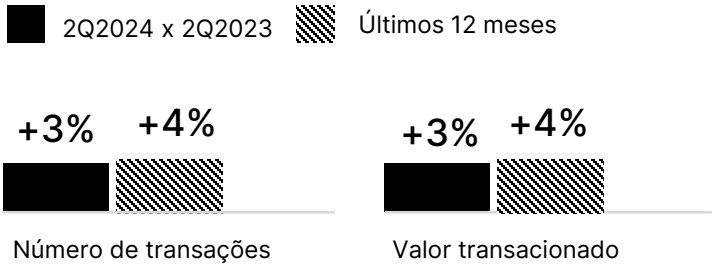
O valor médio por transação foi de R$ 132 no 2Q2024. O resultado é similar à média registrada nos últimos 12 meses (R$ 133).

Entre janeiro de 2020 e junho de 2024, os gastos presenciais acumulam um aumento de 111%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$132 ~0% — Média no 2Q2024

R$133 +1% ↑ — Média nos últimos 12 meses

Gastos presenciais com Cartões de Crédito por Grupo de Renda

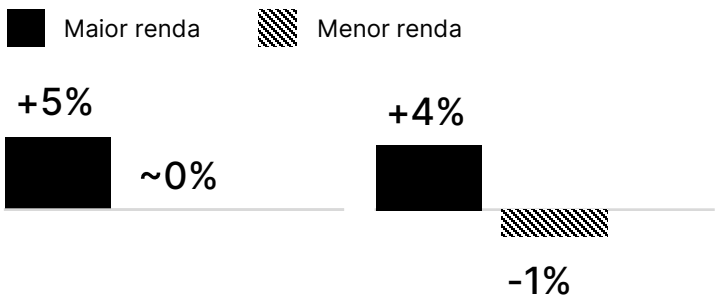
Público de maior renda concentra expansão dos gastos presenciais com cartões de crédito no 2Q2024 (+4%)

No recorte de renda, os dados do 2Q2024 revelam que as compras e pagamentos presenciais efetuadas com cartões de crédito cresceram apenas entre o público de maior poder aquisitivo (+5%, em número de transações, e +4%, em valor transacionado).

Além disso, o valor médio por transação em 2Q2024 também foi maior nas compras presenciais efetuadas no crédito pelo público de maior renda (R$ 164) em comparação ao menor renda (R$ 83).

Por outro lado, a participação das compras presenciais nos gastos com cartões de crédito foi maior entre os portadores de menor renda (80% x 68%).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado feita por meio presencial*

68% -3 pp ↓
Maior renda

80% -1 pp ↓
Menor renda

Valor médio por transação*

R$164 ~0 pp •
Maior renda

R$83 -1% ↓
Menor renda

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Preferências de métodos de pagamento nos Crédito para Compras Presenciais

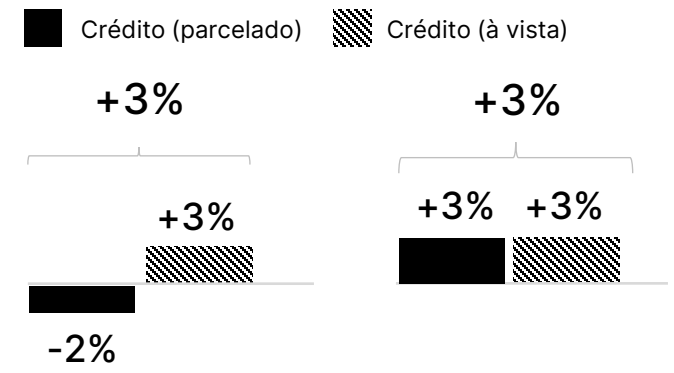
Entre as compras presenciais no crédito, pagamentos à vista são majoritários, especialmente para compras de menor valor

No 2Q2024, as compras efetivadas à vista representavam 90% das transações e 55% dos valores transacionados com cartões de crédito.

Os pagamentos à vista com cartões de crédito cresceram 3% no trimestre, tanto em volume quanto em valor. Em contraste, as compras parceladas no crédito recuaram 2%, em número, embora também tenham crescido 3% em valor.

Naturalmente, o valor médio das transações presenciais efetivadas com crédito parcelado foram bem maiores (R$ 573) em relação ao uso do crédito à vista para efetivá-las (R$ 80).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$132 ~0% •
Crédito (agregado)

R$573 +5% ↑
Crédito (parcelado)

R$80 ~0% •
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

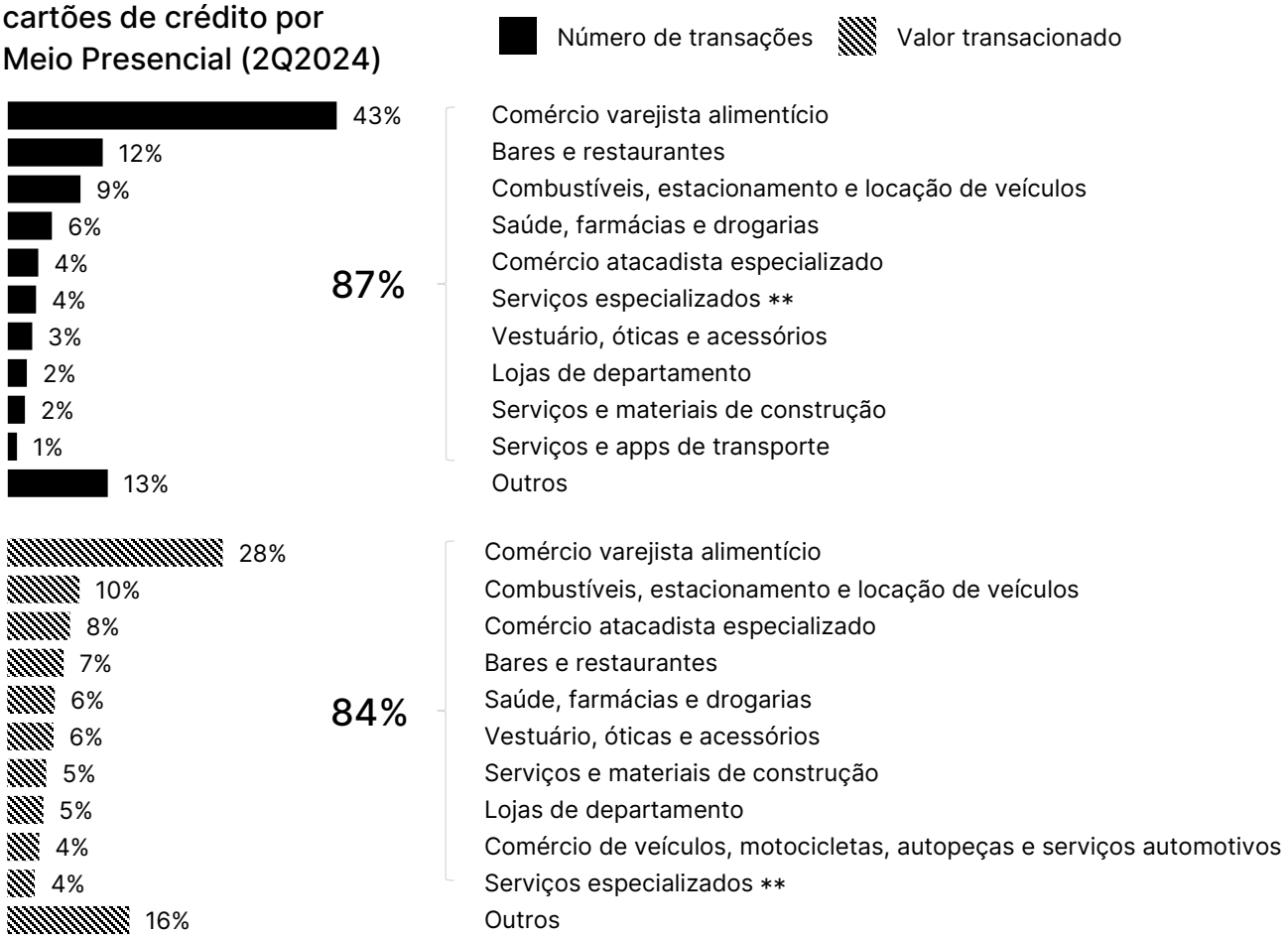
Distribuição do consumo por Meio Presencial no Crédito

Maior parte das compras e gastos presenciais realizados com cartões de crédito está relacionada a alimentação, transporte e saúde

Considerando o uso com cartões para compras e pagamentos presenciais, 87% das transações do 2Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para*: comércio varejista alimentício; bares e restaurantes; combustíveis; saúde e farmácias.*

Em valor, os 10 principais segmentos de 2Q2024 concentravam 84% dos gastos, incluindo: *comércio varejista alimentício; combustíveis; comércio atacadista especializado; bares e restaurantes; saúde e farmácias; vestuário, óticas e acessórios.*

Distribuição das transações e gastos efetuadas com cartões de crédito por Meio Presencial (2Q2024)



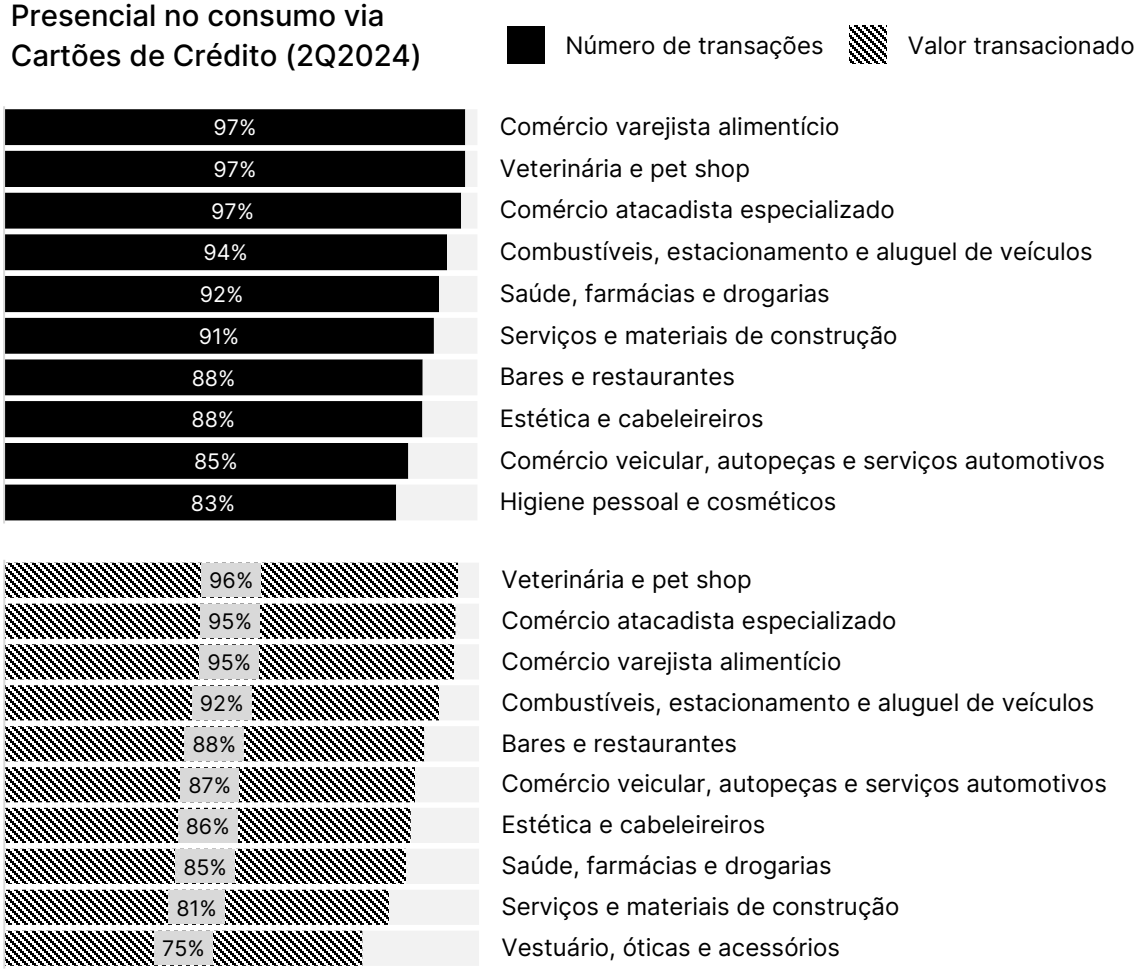
* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Segmentos com maior penetração do Meio Presencial no Consumo através de Cartões de Crédito

Uso do crédito para compras presenciais é hegemônico na alimentação, cuidados com pets, combustíveis, comércio atacadista, saúde e cuidados pessoais

Analisando-se a penetração do meio presencial no consumo com cartões de crédito, é possível destacar sua relevância em transações e gastos efetuados nos seguintes segmentos: *comércio varejista alimentício; veterinária e pet shop; comércio atacadista especializado; combustíveis; saúde, farmácias e drogarias; materiais de construção; bares e restaurantes; estéticas e cabeleireiros; segmento automotivo; higiene pessoal e cosméticos.*

Ranking dos 10 segmentos com maior penetração do Meio Presencial no consumo via Cartões de Crédito (2Q2024)



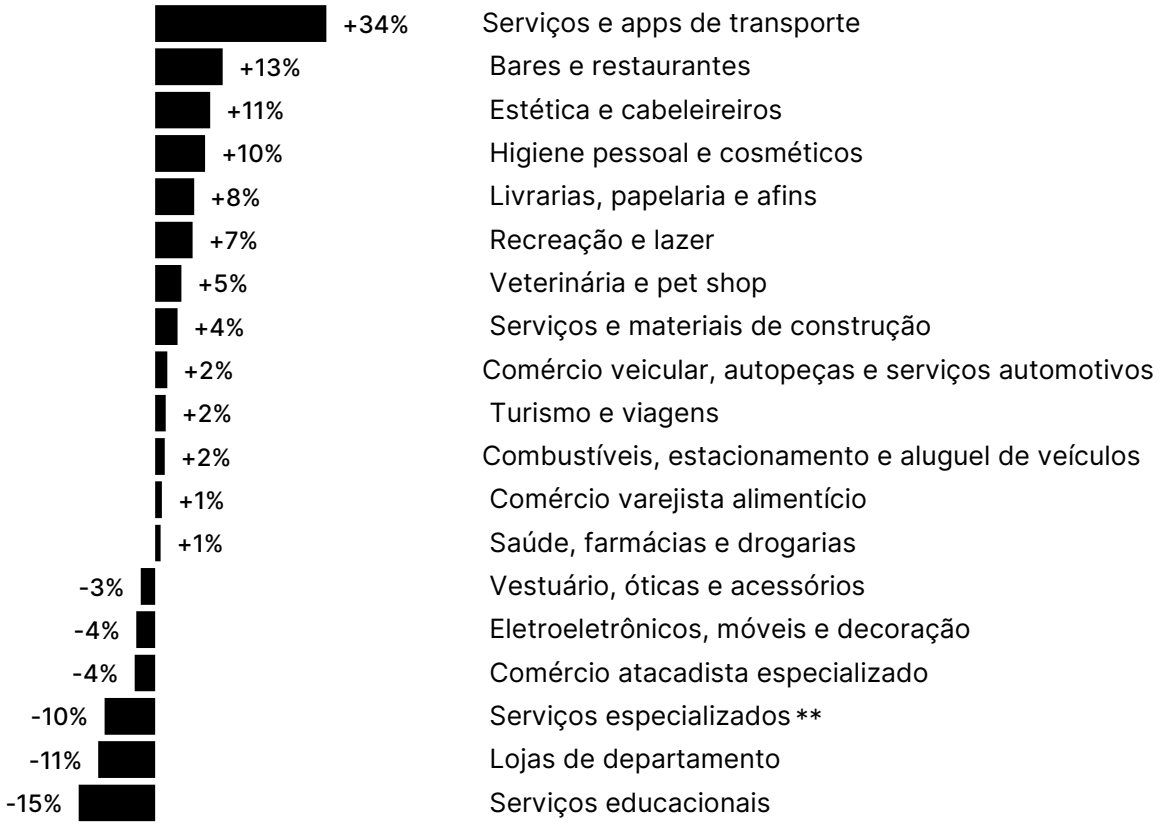
Destaques entre as transações presenciais com Cartões de Crédito

Aumento nas compras presenciais com cartões de crédito foi liderado por transporte, bares e restaurantes, estética e cuidados pessoais

No 2Q2024, as transações presenciais com cartões de crédito registraram aumento na maioria das categorias e segmentos analisados, com destaque para: *serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; estética e cabeleireiros; higiene pessoal e cosméticos; livrarias e papelarias; recreação e lazer*.

Em contraponto, houve queda no número de transações e compras presenciais efetivadas com cartões de crédito no seguintes segmentos: *serviços educacionais; lojas de departamento; serviços especializados**; entre outros.*

Evolução do número de transações no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

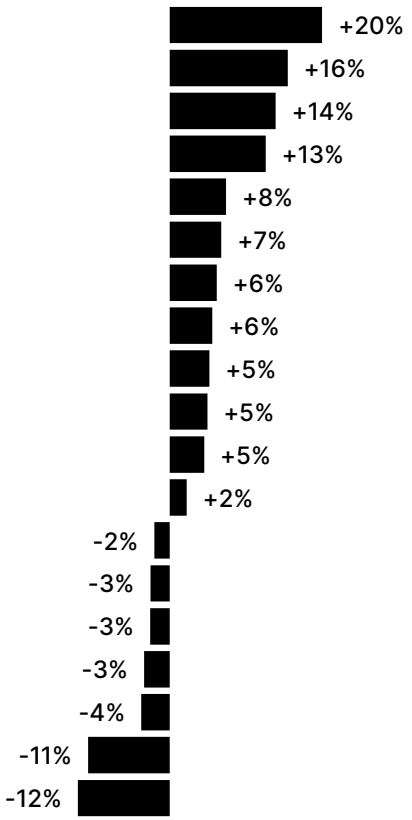
Destaques em valor transacionado por Meio Presencial com Cartões de Crédito

Consumo presencial com crédito cresceu mais em cuidados com os pets, bares e restaurantes, cuidados pessoais e transportes

Já em termos de valor transacionado, o aumento no consumo presencial com cartões de crédito também foi abrangente, com destaque para: *veterinária e pet shop, estética e cabeleireiros; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; serviços e apps de transporte; combustíveis; recreação e lazer; saúde e farmácias;* entre outros.

Por outro lado, houve queda nos gastos com: *serviços educacionais; especializados**; eletroeletrônicos; comércio atacadistas; turismo e viagens; e lojas de departamento.*

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*



Veterinária e pet shop
Estética e cabeleireiros
Bares e restaurantes
Higiene pessoal e cosméticos
Serviços e apps de transporte
Combustíveis, estacionamento e aluguel de veículos
Recreação e lazer
Saúde, farmácias e drogarias
Livrarias, papelaria e afins
Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
Serviços e materiais de construção
Comércio varejista alimentício
Vestuário, óticas e acessórios
Lojas de departamento
Turismo e viagens
Comércio atacadista especializado
Eletroeletrônicos, móveis e decoração
Serviços especializados **
Serviços educacionais

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

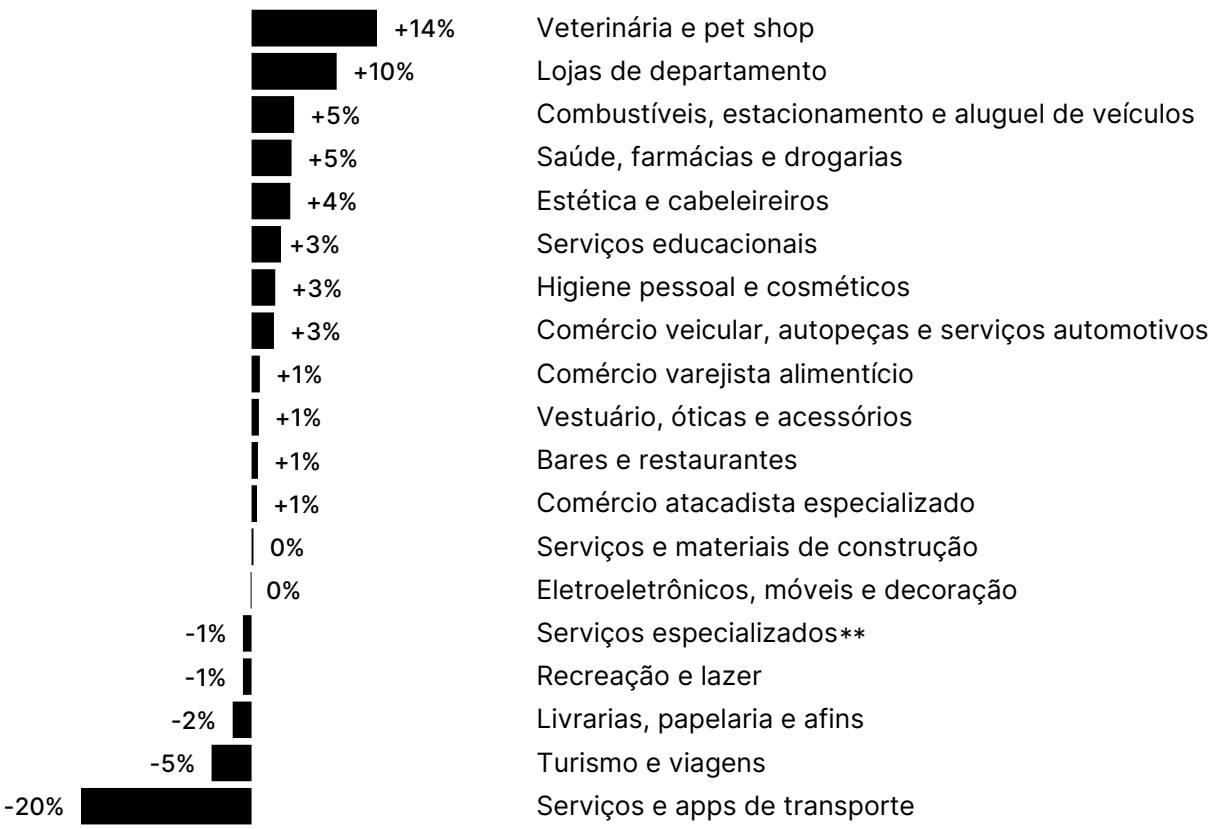
Destaques em valor médio em transações presenciais com Cartões de Crédito

Cuidados com pets, lojas de departamento, combustíveis e farmácias lideraram alta no valor médio gasto presencialmente no crédito

No tocante ao valor médio por transação presencial com cartões de crédito, os maiores aumentos abrangeram compras efetivadas nos seguintes segmentos: *veterinária e pet shop; lojas de departamento; combustíveis; saúde, farmácias e drogarias; estética e cabeleireiros; serviços educacionais; e higiene pessoal.*

Por outro lado, houve recuo no valor médio dispendido com: *serviços e apps de transporte; turismo e viagens; livrarias, papelarias e afins; recreação e lazer; e serviços especializados**.*

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

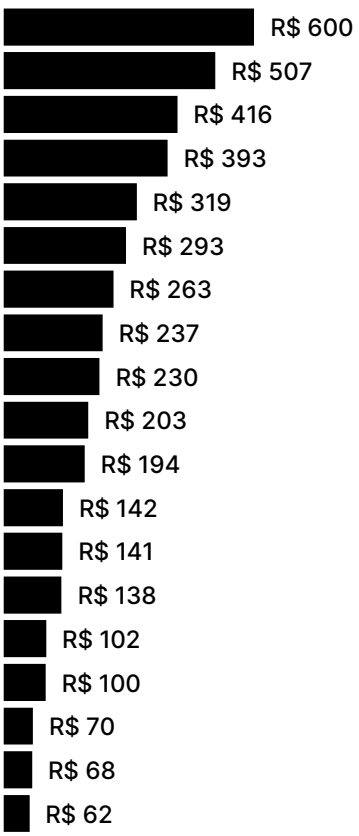
Destaques em valor médio por transação presencial com Cartões de Crédito

Compras presenciais de maior valor no crédito incluíram segmento automotivo, eletroeletrônicos, construção e reforma, serviços educacionais e cuidados com *pets*

Ainda considerando as compras presenciais com cartões de crédito, os maiores valores médios por transação no 2Q2024 foram registrados nos seguintes segmentos: *comércio automotivo; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de* construção; serviços educacionais; cuidados com os pets; turismo e viagens.

Em contraste, os menores valores foram registrados nos segmentos: *bares e restaurantes; serviços e apps de transporte; comércio varejista alimentício; combustíveis; livrarias e papelarias;* entre outros.

Valor médio por transação no 2Q2024*



Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
Eletroeletrônicos, móveis e decoração
Serviços e materiais de construção
Serviços educacionais
Veterinária e pet shop
Turismo e viagens
Vestuário, óticas e acessórios
Comércio atacadista especializado
Lojas de departamento
Estética e cabeleireiros
Serviços especializados **
Higiene pessoal e cosméticos
Recreação e lazer
Saúde, farmácias e drogarias
Livrarias, papelaria e afins
Combustíveis, estacionamento e aluguel de veículos
Comércio varejista alimentício
Serviços e apps de transporte
Bares e restaurantes

* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

6 7 8 9

Perfil de Consumo (Crédito)

Crédito Parcelado

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024 relacionados ao uso de cartões de crédito para efetuar compras e pagamentos parcelados

Características do perfil de consumo com Cartões de Crédito (Parcelado)

Sujeito à análise e limites de crédito, parcelamento traz flexibilidade e amplia espaço orçamentário das famílias, tornando mais acessíveis as compras de maior valor

Entre os principais diferenciais dos cartões de crédito, destaca-se a possibilidade de realizar pagamentos de forma parcelada, prática profundamente enraizada no comportamento de consumo dos brasileiros nas últimas décadas.

A possibilidade de parcelar o valor dos pagamentos traz inúmeras vantagens sob a ótica do consumo. Em primeiro lugar, traz flexibilidade ao orçamento familiar, uma vez que já que os consumidores podem gerenciar seus recursos e gastos de forma mais eficiente no tempo, isto é, sem comprometer de imediato seus limites.

Há também ganhos em termos de acessibilidade e democratização do consumo, já que a modalidade parcelada possibilita a aquisição de produtos e serviços de alto valor, como eletrodomésticos e eletrônicos, passagens áreas e hotéis, que podem ser pagos em partes menores e mais manejáveis.

Com efeito, a capacidade de distribuir pagamentos ao longo do tempo pode aumentar o poder de compra do consumidor, permitindo aquisições que não seriam possíveis com outras formas e modalidades de pagamento à vista.

Além disso, o parcelamento traz outras vantagens para o planejamento financeiro, oferecendo previsibilidade de gastos, uma vez que os consumidores conseguem planejar suas despesas futuras com base nas parcelas fixas acordadas, o que possibilita uma melhor organização financeira.

Outro fator importante é o incentivo comercial. Na cultura do Brasil, é comum que lojas e varejistas ofereçam a opção de “parcelamento sem juros”, o que torna essa modalidade de pagamento ainda mais atraente do ponto de vista financeiro.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito Parcelado no 2Q2024

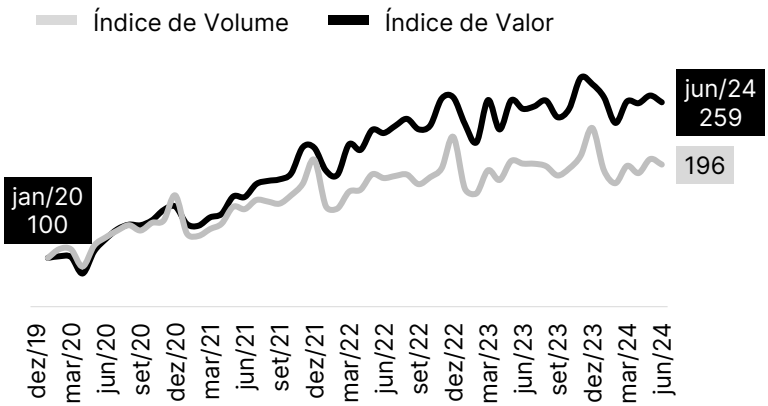
Gastos com compras parceladas cresceram 5% no 2Q2024 e 6%, nos últimos 12 meses

No 2Q2024, o número de transações parcelada no crédito cresceu 1%, enquanto os valores transacionados avançaram 5%. Nos últimos 12 meses, o número de transações cresceu 5%, enquanto o valor transacionado avançou 6%.

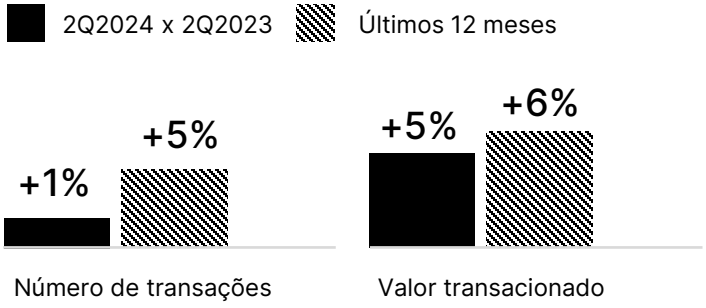
O valor médio das compras parceladas no 2Q2024 foi de R$ 583, acima da média nos últimos 12 meses (R$ 577). Nos dois casos, esse valor também cresceu (4% e 2%)

Entre janeiro de 2020 e junho de 2024, os gastos parcelados no crédito cresceram 159%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$583 +4% ↑
Média no 2Q2024

R$577 +2% ↑
Média nos últimos 12 meses

Consumo via Crédito Parcelado por Grupo de Renda

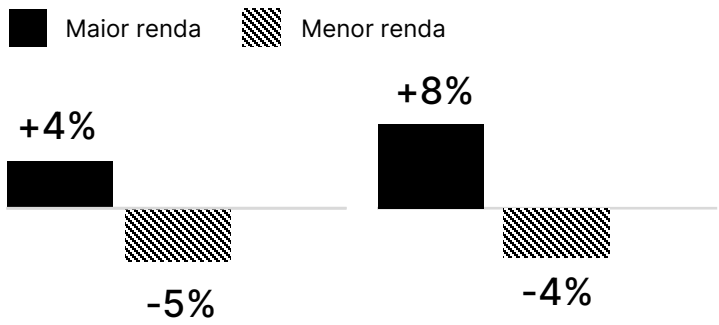
Parcelamento cresce exclusivamente entre o público de maior renda

Os dados do 2Q2024 revelam que as compras parceladas com cartões de crédito, dentro do recorte de famílias de maior renda, cresceram 4%, em número de transações, e de 8%, em valor transacionado – nos dois casos, em comparação com o 2Q2023.

Esse desempenho do crédito contrasta com declínio nos gastos com crédito parcelado dentro do grupo de menor renda: -5% e -4%, respectivamente, em quantidade e valor.

O valor médio por transação também foi maior nas compras parceladas junto aos portadores de maior poder aquisitivo (R$ 648) em relação à média por transação na menor renda (R$ 401).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado com Cartões de Crédito*

50% -1 pp ↓
Maior renda

38% -2 pp ↓
Menor renda

Valor médio por transação*

R$648 +4% ↑
Maior renda

R$401 +1% ↑
Menor renda

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Uso do Crédito Parcelado para compras digitais e presenciais

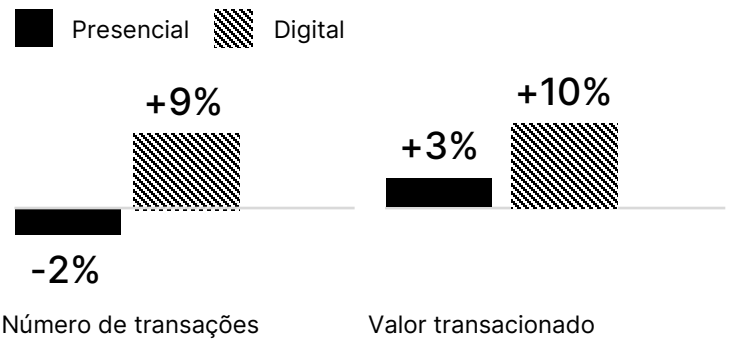
Uso do parcelamento é mais frequente nas compras presenciais. Por outro lado, crescimento no digital é superior

Os dados do 2Q2024 revelam que as compras presenciais representavam a maior parte das transações (69%) e gastos (58%) parcelados via cartões de crédito. Entre o 2Q2023 e 2Q2024, as transações presenciais no crédito parcelado recuaram 2%, enquanto os gastos cresceram 3%.

Embora o meio digital tenha menos participação no uso do crédito parcelado (31% das transações e 32% dos gastos no crédito), o consumo por esse canal teve um desempenho superior no período 2Q2024 (+9% e 10%, respectivamente).

O valor médio por transação também foi maior nas compras feitas por meio digital (R$ 180) em comparação ao presencial (R$ 133), além de ter exibido crescimento maior no 2Q2024 (+7%).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$573	+5% ↑	Presencial
R$605	+1% ↑	Digital

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

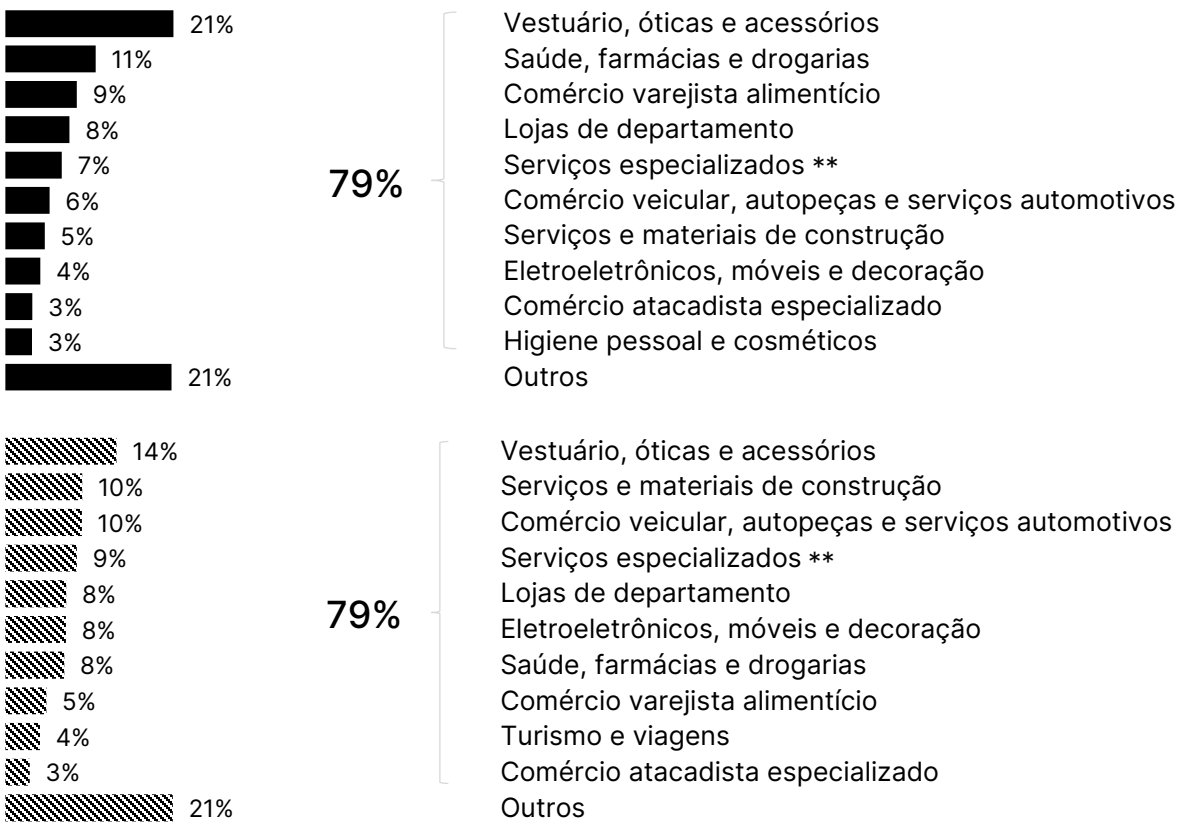
Distribuição do consumo no Crédito Parcelado entre segmentos

Gastos parcelados se concentram em vestuário, saúde, serviços e materiais de construção, segmento automotivo, lojas de departamento e eletroeletrônicos

Considerando as compras parceladas, 81% das transações do 2Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para: *vestuário e acessórios; saúde e farmácias; varejo alimentício, lojas de departamento e serviços especializados**.*

Já em termos de valor, os 10 principais segmentos de 2Q2024 representaram 79% do total, com destaque para *vestuário e acessórios; serviços e materiais de construção; segmento automotivo; lojas de departamento; eletroeletrônicos; entre outros.*

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito (2Q2024)



** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

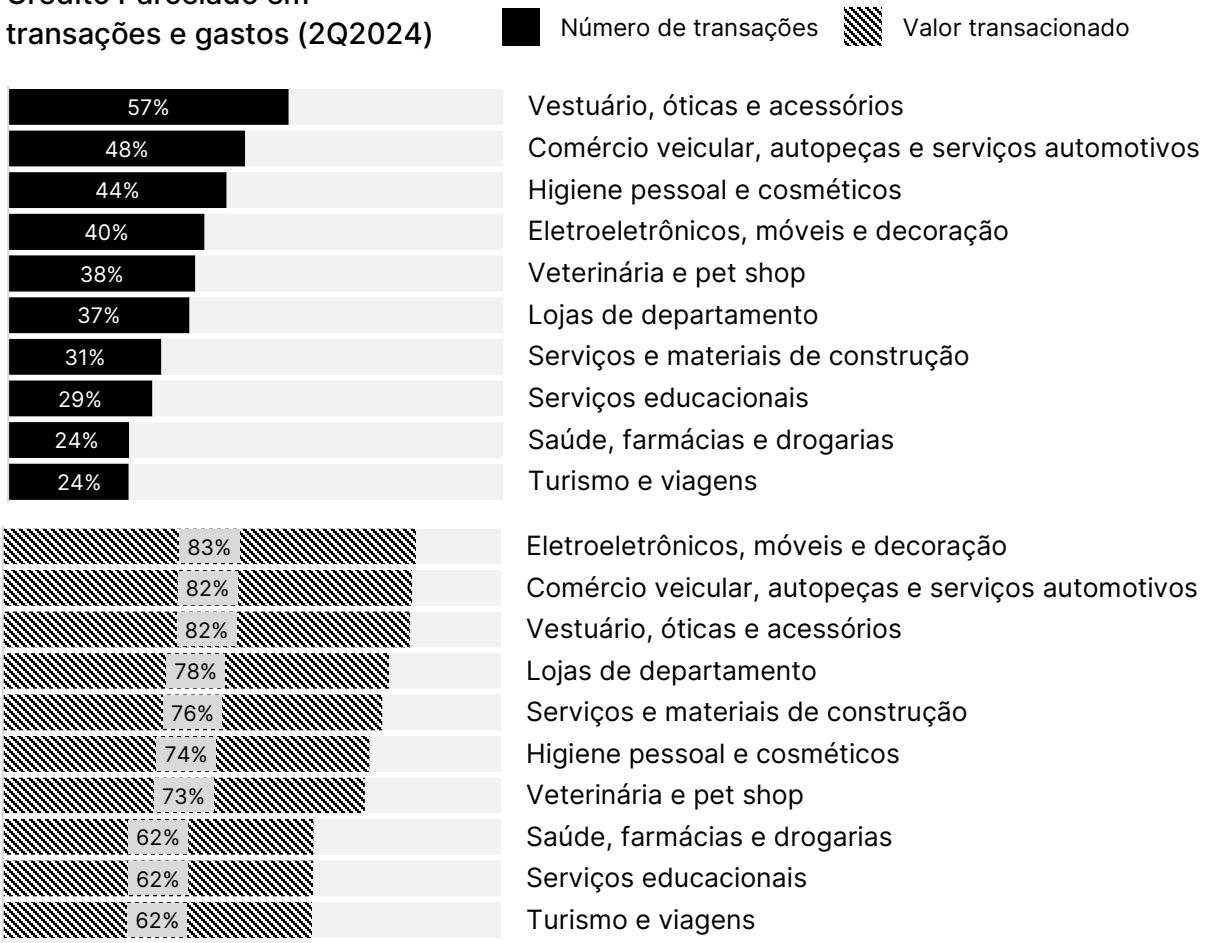
Segmentos com maior penetração do Parcelamento nas compras com Cartões de Crédito

O parcelamento no crédito é mais importante no consumo de eletroeletrônicos, segmento automotivo, vestuário, lojas de departamento, serviços e materiais de construção

Considerando a importância do parcelamento nas compras com cartões de crédito em cada segmento, é possível destacar: *vestuário e acessórios; segmento automotivo; higiene pessoal e cosméticos e eletroeletrônicos.*

Em valor, o parcelamento tem suas maiores penetrações em: *eletroeletrônicos, móveis e decoração; segmento automotivo; vestuário, óticas e acessórios, lojas de departamento; serviços e materiais de construção.*

Ranking dos 10 segmentos com maior penetração dos Crédito Parcelado em transações e gastos (2Q2024)



** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em número de transações no Crédito Parcelado

Segmentos em que as compras parceladas mais cresceram incluíram cuidados pessoais e com o *pets*, além de atacado especializado

Em termos de número de transações, o uso do crédito parcelado no 2Q2024 cresceu em quase todos os segmentos analisados, com destaque para os seguintes: *veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; comércio atacadista especializado, higiene pessoal e cosméticos; livrarias e papelarias;* entre outros.

Em contraponto, houve queda nas transações efetivadas com crédito parcelado em: *serviços educacionais e especializados**; serviços e apps de transporte, eletroeletrônicos, móveis e decoração; turismo e viagens;* entre outros.

Evolução do número de transações no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor transacionado com Crédito Parcelado

Alta dos gastos parcelados foi liderada por cuidados com o *pets*, comércio atacadista, livrarias, estética, higiene pessoal e cosméticos

Com respeito ao valor transacionado, o aumento nos gastos parcelados no 2Q2024 também foi bastante abrangente, com destaque para: *veterinária e pet shop; comércio atacadista especializado; livrarias, papelaria e afins; estética e cabeleireiros; higiene pessoal e cosméticos; venda de combustíveis, materiais e serviços de construção; saúde, farmácias e drogarias.*

Por outro lado, houve queda no valor transacionado em três dos segmentos analisados: *serviços educacionais; serviços especializados**; e lojas de departamento.*

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor médio por transação com Crédito Parcelado

Transporte, livrarias, serviços educacionais, cuidados com os *pets* e varejo alimentício lideraram os aumentos no valor médio das compras feitas com crédito parcelado

Com respeito ao comportamento do valor médio por transação parcelada no crédito, os aumentos abrangeram quase todos os segmentos analisados, com destaque para os seguintes: *serviços e apps de transporte; livrarias, papelarias e afins; serviços educacionais; veterinária e pet shop; comércio varejista alimentício; comércio atacadista especializado*; entre outros.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto em lojas de departamento.

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

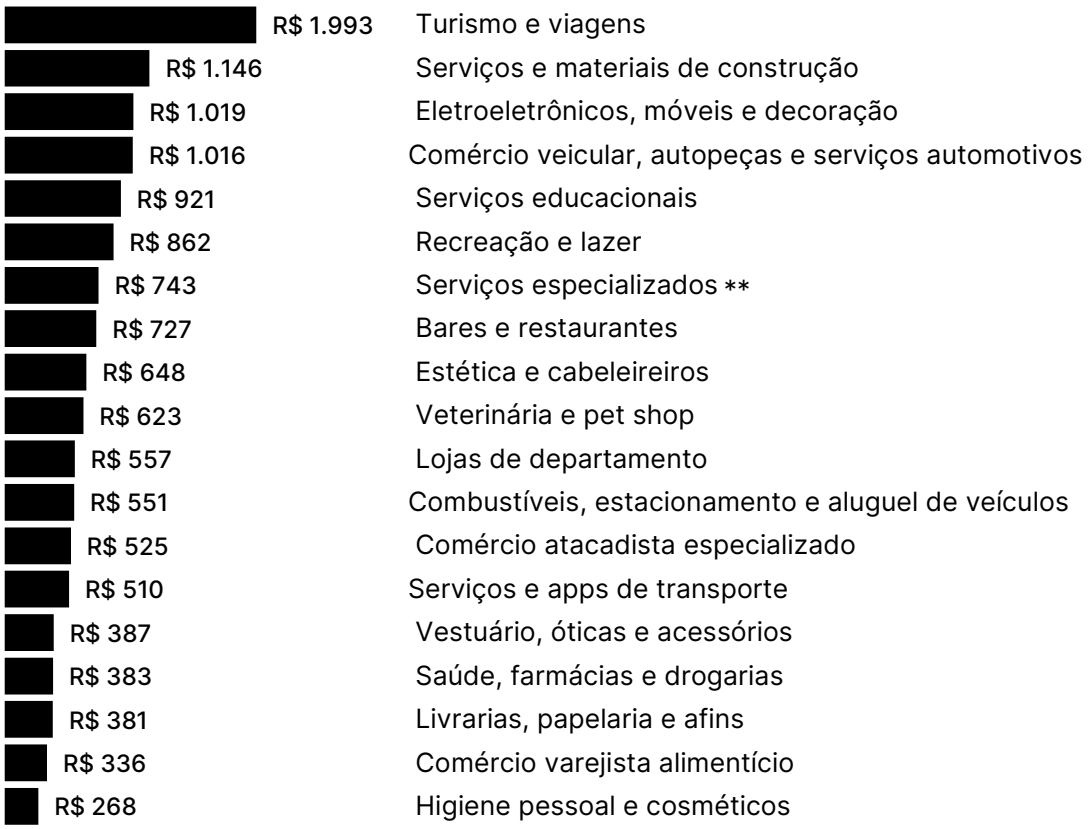
Destaques em valor médio por transação com Crédito Parcelado

Produtos de maior valor agregado lideraram *ranking* de valor médio de compras parceladas

Considerando os gastos parcelados com cartões de crédito no 2Q2024, os maiores valores médios por transação foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; serviços e materiais de construção; eletroeletrônicos, móveis e decoração; segmento automotivo; serviços educacionais; recreação e lazer; entre outros*.

Em contraste, os menores valores foram registrados nos segmentos: *higiene pessoal e cosméticos; comércio varejista alimentício; livrarias , papelarias e afins; saúde, farmácias e drogarias; vestuário, óticas e acessórios; serviços e apps de transporte; entre outros segmentos.*

Valor médio por transação no 2Q2024*



* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

7 8 9

Perfil de Consumo

Crédito à Vista

Análise de números e indicadores do consumo no 2Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para compras e pagamentos efetivados à vista

Características do perfil de consumo com Cartões de Crédito (à Vista)

Preferência para pagamento à vista combina vantagens dos cartões de crédito ao maior controle financeiro, acesso a descontos e promoções dos vendedores

O uso cartões de crédito são uma alternativa atraente para muitos consumidores devido à sua conveniência e segurança. Ao contrário dos pagamentos em dinheiro ou por débito, onde o montante é imediatamente deduzido do saldo bancário, os pagamentos à vista com cartão de crédito permitem que os consumidores mantenham seu dinheiro disponível em conta (líquido) até a data de vencimento da fatura.

Embora sejam mais conhecidos pela opção de parcelamento, os pagamentos à vista com cartões de crédito também desempenham um papel relevante no comportamento dos consumidores.

Em particular, a opção pelo método à vista pode ser uma alternativa para evitar o descontrole financeiro das famílias, pois as parcelas podem resultar em um gasto excessivo que – se acumulado – pode comprometer a renda futura e levar ao indesejável endividamento. Assim, a quitação das compras no vencimento da fatura do mês corrente pode ser uma alternativa para gerenciamento do fluxo financeiro das famílias.

Adicionalmente, os varejistas também costumam oferecer incentivos para pagamentos à vista com cartão de crédito, usualmente na forma de descontos ou promoções especiais, incentivando transações que geram liquidez imediata e menos encargos e taxas para o estabelecimento. Esses incentivos podem aumentar a atratividade dos pagamentos à vista, proporcionando economias adicionais para o consumidor tanto em relação aos cartões de débito quanto ao parcelamento.

De certa forma, o uso do crédito à vista traz uma combinação mais equilibrada das vantagens da modalidade crédito sem os riscos do uso excessivo do parcelamento pelos consumidores.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito à Vista no 2Q2024

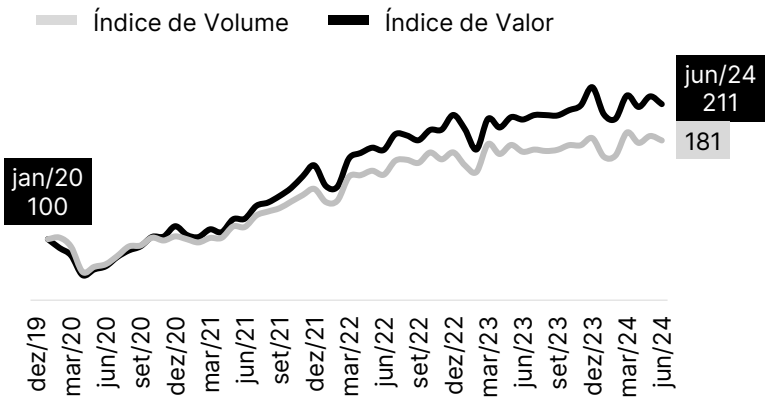
Transações efetuadas à vista no crédito cresceram 5% no 2Q2024, acompanhado por uma alta de 8% no valor transacionado

Entre o 2Q2023 e o 2Q2024, o número de transações efetivadas à vista com cartões de crédito cresceu 5%, em paralelo a uma alta de 8% nos valores transacionados. Nos últimos 12 meses, o número de transações cresceu 6%, enquanto o valor transacionado avançou 9%.

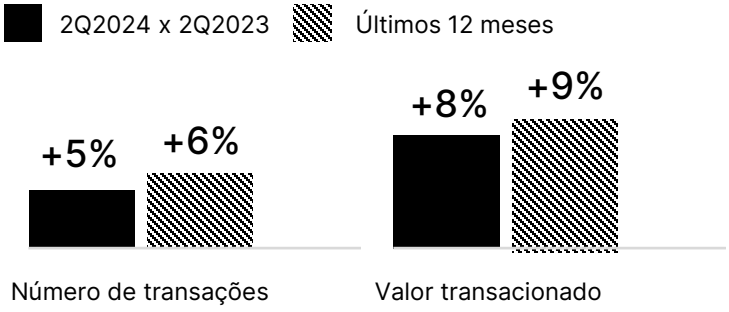
O valor médio por transação efetivada à vista no crédito foi de R$ 85 no 2Q2024, próximo à média observada nos últimos 12 meses (R$ 86).

Entre janeiro de 2020 e junho de 2024, os gastos à vista no crédito cresceram 111%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$85 +3% ↑
Média no 2Q2024

R$86 +4% ↑
Média nos últimos 12 meses

Compras no Crédito à Vista por Grupo de Renda

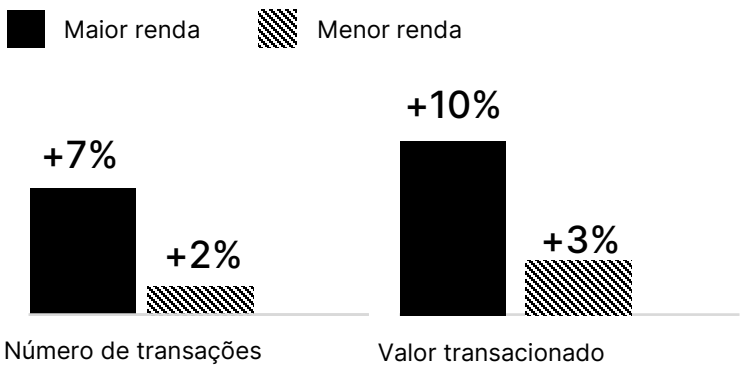
Crédito à vista ganha mais importância junto ao público de maior renda, embora tenham crescido menos no 2Q2024

Conforme mostram os dados do 2Q2024, as compras efetivadas no crédito à vista representavam 60% dos gastos com cartões de crédito pelo público de menor renda, contrastando o percentual de 50% entre o público de maior poder aquisitivo.

Contudo, as compras à vista cresceram mais junto ao público de maior renda, seja em número de transações (+7%), seja em valor gasto (+10%). Para o público de menor renda, as variações foram menores (+2% e +3%).

O valor médio por transação também foi maior nas compras efetivadas no crédito à vista pelo do público de maior renda (R$ 103) em relação à média por transação na menor renda (R$ 58).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado feita por Cartões de Crédito*

50% +1% pp ↑
Maior renda

62% +2% pp ↑
Menor renda

Valor médio por transação*

R$103 +3% ↑
Maior renda

R$58 +1% ↑
Menor renda

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

Uso do Crédito à Vista para compras digitais e presenciais

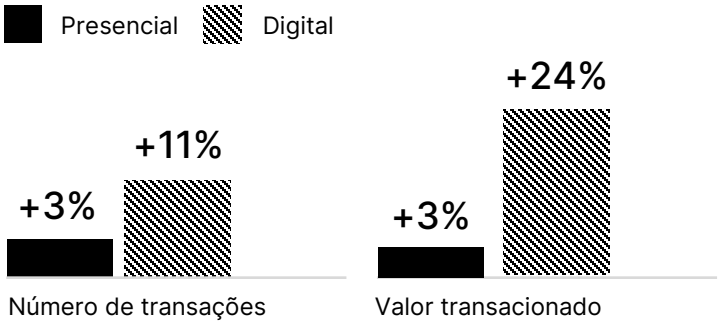
Embora mais frequente em compras presenciais, gastos efetuados com crédito à vista cresceram mais nos canais digitais

Os dados do 2Q2024 destacam que as compras presenciais representaram a maior parte das transações (77%) e gastos (73%) efetivadas à vista no crédito. Em termos de variação, os gastos presenciais nessa modalidade de pagamento avançaram 3% no trimestre.

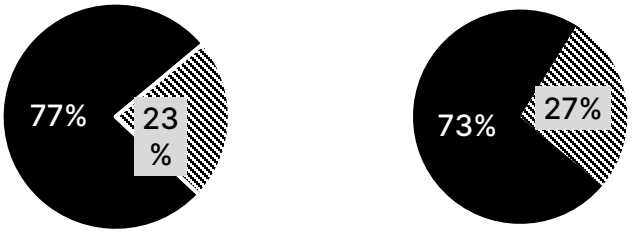
Já o meio digital respondeu por uma parcela menor das transações e gastos à vista, embora tenha exibido um crescimento expressivo de 24% no consumo em 2Q2024.

O valor médio por transação efetivada à vista no crédito foi relativamente maior nas compras por meio digital (R$ 101) em comparação àquelas efetivadas presencialmente (R$ 80).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$80 ~0% — Presencial

R$101 +12% ↑ — Digital

* Valor médio (R$) em 2Q2024.
Distribuição média no 2Q2024.
Variação (%) entre 2Q2023 e 2Q2024.

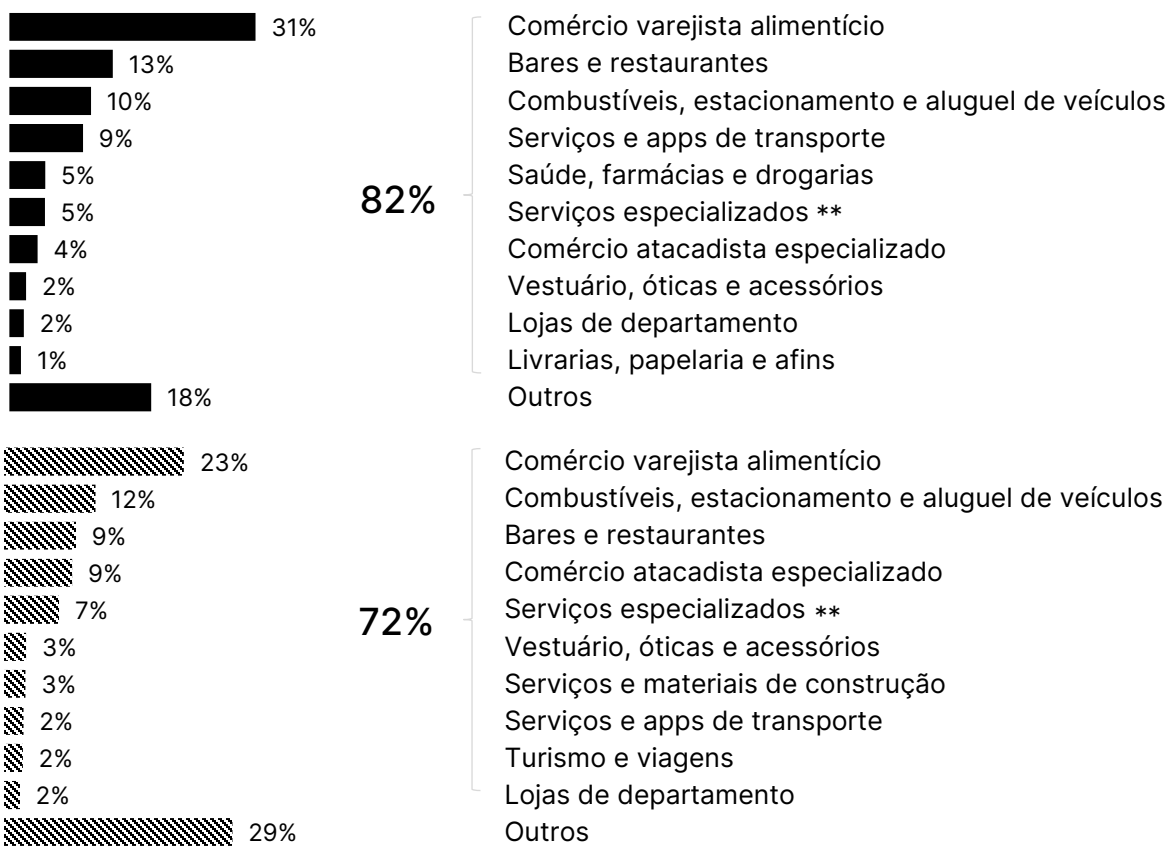
Distribuição do consumo com pagamento no Crédito à Vista

Maior parte das transações efetivadas à vista no crédito se concentraram em alimentação, transporte e saúde

Considerando o consumo via cartões de crédito (à vista), 82% das transações do 2Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para: alimentação*, transporte**; saúde, farmácias e drogarias; além de serviços especializados** e comércio atacadista.

Em termos de valor, os 10 principais segmentos de 2Q2024 representaram 72% do total, com destaque para *alimentação*; transporte***, *comércio atacadista; serviços especializados***; *vestuário, roupas e acessórios.*

Distribuição das transações e gastos efetuadas à vista com Cartões de Crédito (2Q2024)



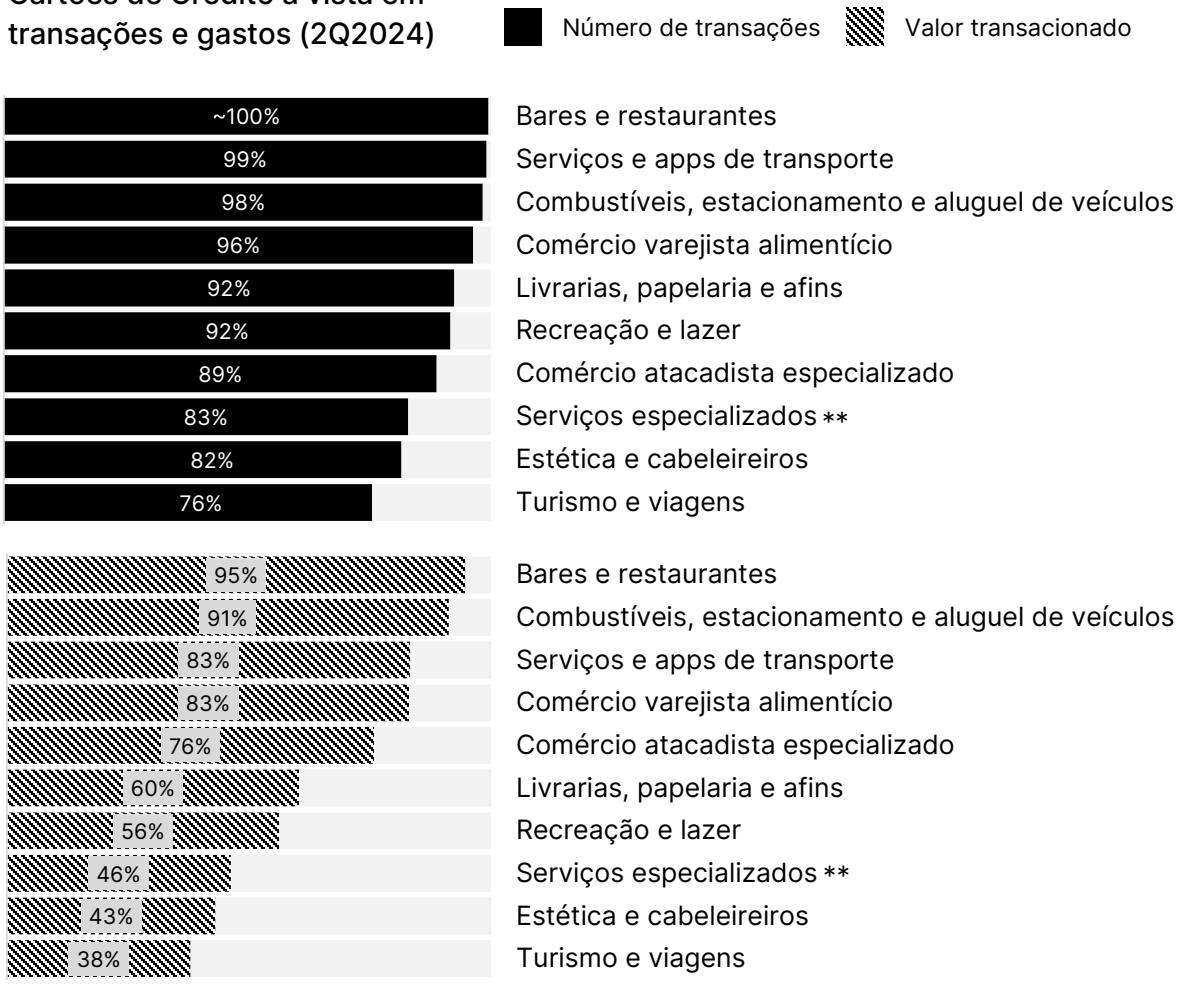
* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Segmentos com maior penetração de compras à vista com Cartões de Crédito

Cartões de crédito desempenham papel essencial na alimentação*, cuidados com pets, venda de combustíveis, saúde e farmácias, estética, higiene e cosméticos

De acordo com dados do 2Q2024, a importância do crédito à vista para o consumo global com Cartões de Crédito era relativamente maior nos seguintes segmentos: *alimentação*; transporte**; livrarias e papelarias; recreação e lazer; comércio atacadista especializados; serviços especializados**; estética e cabeleireiros; turismo e viagens.*

Ranking dos 10 segmentos com maior penetração dos Cartões de Crédito à vista em transações e gastos (2Q2024)



* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

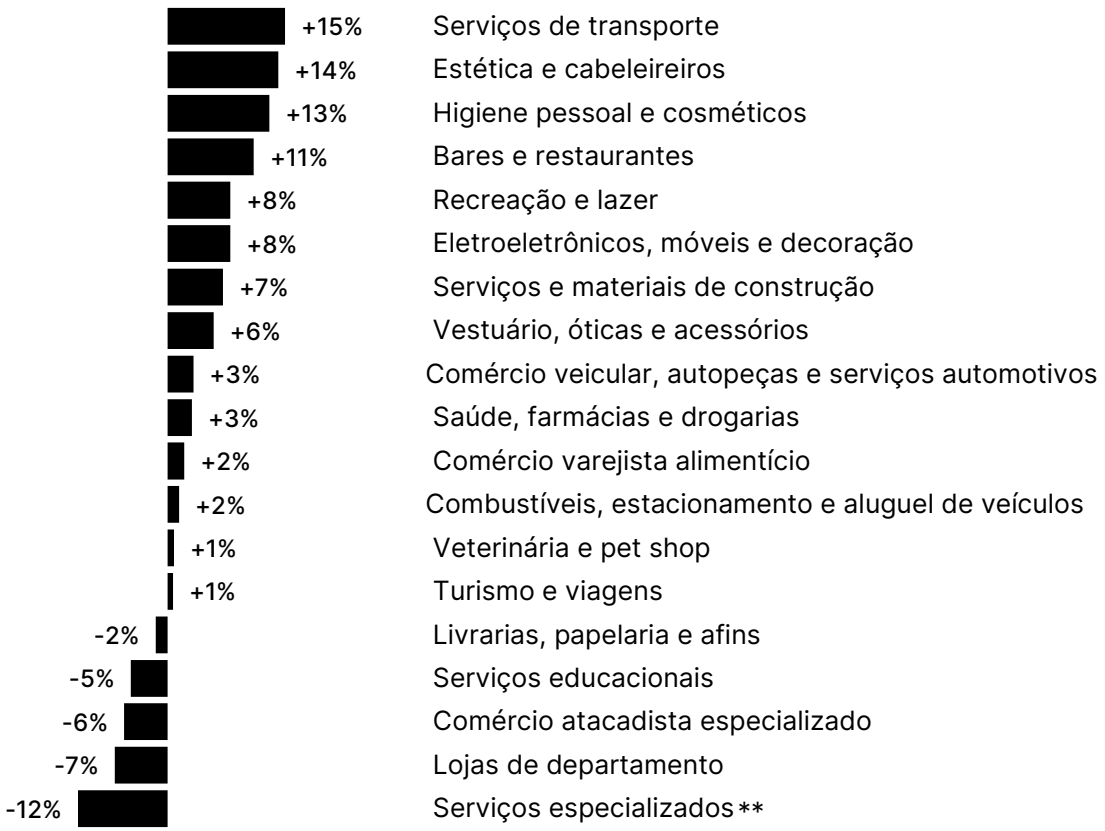
Destaques em número de transações no Crédito à Vista

Alta nas transações à vista no crédito ocorreu em transportes, cuidados pessoais, bares e restaurantes, além de recreação e lazer

No 2Q2024, o número de transações efetuadas com crédito à vista cresceram nos seguintes segmentos: *serviços de transporte; estética e cabeleireiros; higiene pessoal e cosméticos; bares e restaurantes; recreação e lazer; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção;* entre outros.

Em contraponto, houve queda nas transações efetivadas à vista no crédito em: *serviços especializados**; lojas de departamento; comércio atacadista especializado; serviços educacionais; livrarias, papelarias e afins.*

Evolução do número de transações no 2Q2024*



* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor transacionado no Crédito à Vista

Alta nos gastos efetuados no crédito à vista abrangeram cuidados pessoais e com *pets*, livrarias e papelarias, recreação e lazer, bares e restaurantes

Com respeito ao valor transacionado, os maiores aumentos nos gastos efetivados no crédito à vista ocorreram em: *estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; higiene pessoal e cosméticos; veterinária e pet shop; livrarias, papelarias e afins; recreação e lazer; bares e restaurantes; serviços educacionais;* entre outros.

Por outro lado, também nessa ótica, houve queda nos gastos efetivados com crédito à vista em comércio atacadista especializado, serviços especializados**, turismo e viagens.

Evolução do valor transacionado no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques em valor médio por transação no Crédito à Vista

Lojas de departamento, serviços educacionais, livrarias e cuidados com os pets lideraram alta no valor médio por transação efetivada no crédito à vista

Com respeito ao valor médio por transação efetivada no crédito à vista os maiores aumentos abrangeram os segmentos: *lojas de departamento; serviços educacionais; livrarias e papelarias; veterinária e pet shop; serviços especializados**;* entre outros.

Por outro lado, houve recuo no valor médio transacionado em: *eletroeletrônicos, móveis e decoração; turismo e viagens; comércio atacadista especializado; vestuário e acessórios; bares e restaurantes;* entre outros.

Evolução do valor médio por transação no 2Q2024*

* Variação entre 2Q2023 e 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

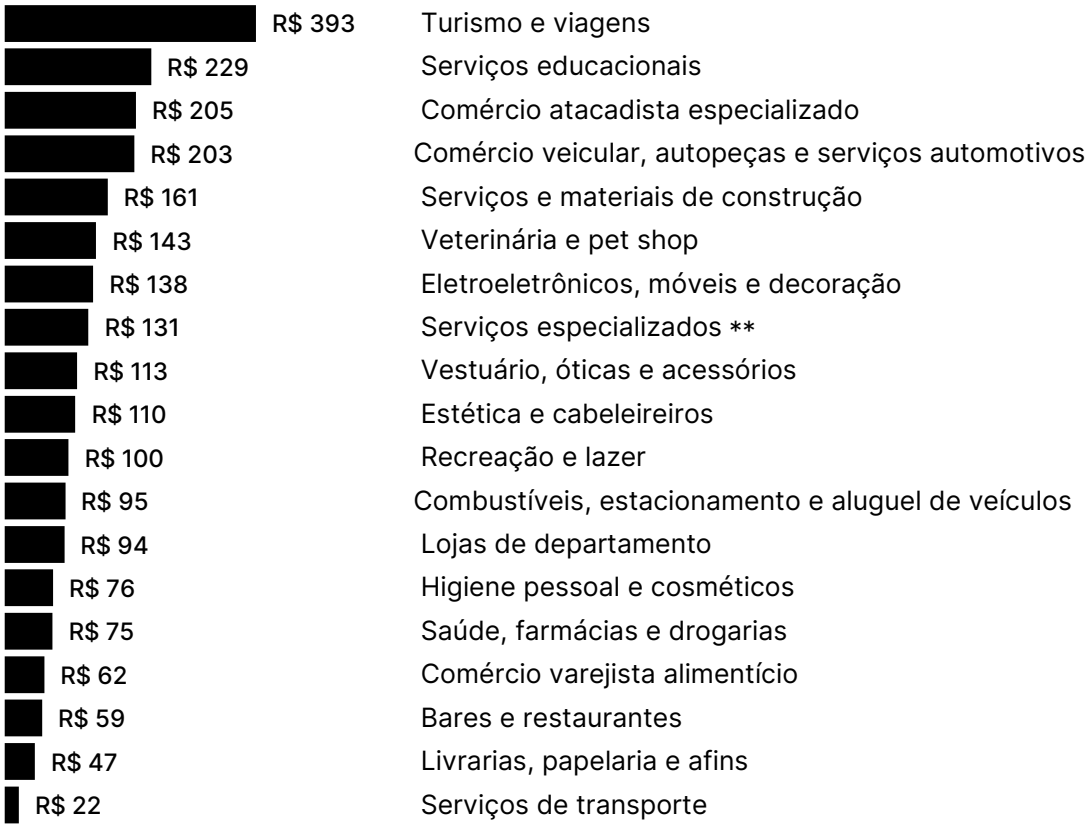
Destaques em valor médio por transação no Cartões de Crédito à Vista

Turismo e viagens, serviços educacionais e comércio atacadista têm os maiores valores médios nas compras efetuadas à vista

Considerando as compras efetivadas à vista no crédito, os maiores valores médios por transação no 2Q2024 foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; serviços educacionais; comércio atacadista especializado; segmento automotivo; serviços e materiais de construção;* entre outros.

Em contraste, os menores valores foram registrados nos segmentos: *serviços e apps de transporte; livrarias e papelarias; bares e restaurantes; comércio varejista alimentício; saúde e farmácias;* entre outros.

Valor médio por transação no 2Q2024*



* Valor médio no 2Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

8 9

Considerações finais

Insights, tendências e oportunidades emergentes para o 2º semestre de 2024

Insights, tendências e oportunidades emergentes para o 2º semestre de 2024

Em uma análise perspectiva, os números do 2Q2024 destacaram um cenário misto para o consumo no país. No tocante ao uso dos cartões de crédito, ressaltou-se o dinamismo de alguns recortes: como o público de alta renda, compras à vista, assim como o desempenho das compras e dos pagamentos por meios digitais.

Ao largo desse contraste, alguns segmentos têm se destacado pelo desempenho resiliente em todos os recortes analisados, como é o caso do varejo alimentício e transporte, que representam boa parte da cesta de consumo das famílias.

De forma geral, os resultados desta edição reforçam o enorme potencial dos cartões de crédito no Brasil, que já possui um das maiores bases de usuários da América Latina, impulsionados recentemente por fatores como a crescente inclusão financeira, bancarização, a digitalização dos pagamentos e a preferência dos consumidores por conveniência e flexibilidade.

Com um mercado consumidor diversificado, os cartões de crédito oferecem uma alternativa prática e acessível para indivíduos que buscam aliar a segurança e a flexibilidade financeira, permitindo a efetivação de compras de alto valor e que administrem melhor seus fluxos de caixa sem a necessidade de recorrer a empréstimos pessoais onerosos e burocráticos. Ademais, o uso de cartões de crédito facilita a participação no comércio eletrônico (*e-commerce)*, que continua em franca expansão no país, como reforçam os resultados desta edição de “Hábitos de Consumo”.

O mercado de cartões de crédito também tem se beneficiado de inovações tecnológicas, como pagamentos por aproximação, carteiras digitais e programas de recompensas personalizados, que oferecem valor adicional aos consumidores e incentivam o uso contínuo. Essas inovações são impulsionadas por *fintechs* que estão transformando o cenário financeiro no Brasil, popularizando o acesso aos cartões de crédito, que pavimentam o futuro dos pagamentos e impulsionam o desenvolvimento econômico.

Expediente

Coordenação

Mirian Pereira Priosti Malago
Rafael Vasconcellos Cunha Bueno

Colaboradores

Emilio Alverne Falcão de Albuquerque Filho
Mateus Santos de Oliveira

Projeto de Dados

Kognita Lab

Projeto Gráfico

Meiuca

Contato e informações

consultoria@elo.com.br
www.elo.com.br/consultoria

Disclaimer

Os relatórios “Elo Hábitos de Consumo” são Uma produção exclusiva da Elo Performance & Insights, voltada para geração de insights, análise de padrões e tendências a respeito do perfil e hábitos de consumo no Brasil.

As descobertas apresentadas no documento foram derivadas da extensa base de dados transacionais dos cartões Elo, com registro de mais de 10 bilhões de transações Efetivadas entre janeiro de 2020 e março de 2024, abrangendo todo o território nacional.

As informações contida neste documento não guardam correlação com resultados operacionais e/ou demonstrações financeiras da Elo.

Olá, nós somos a Elo Performance & Insights

Nascemos do *know how* analítico dos meios de pagamentos e da riqueza de dados transacionais da ELO.

> São mais de 43 milhões de cartões ativos processando em média 4,5 bilhões de transações por ano.

Isso gera mais inteligência na tomada de decisão dos nossos parceiros.

consultoria@elo.com.br
www.elo.com.br/consultoria

Elo Hábitos de Consumo

Reports by
Elo Performance & Insights

consultoria@elo.com.br
www.elo.com.br/consultoria