Elo Hábitos de Consumo

Q04 | 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

Protagonista no mercado, cartão de crédito liderou consumo e antecipação das compras de fim de ano

Os cartões de crédito continuam em sua trajetória de consolidação como um dos principais meios de pagamento no Brasil e no mundo, desempenhando um papel crucial no dinamismo econômico e no comportamento do consumidor.

Em um cenário cada vez mais digitalizado e pautado por novas tecnologias, eles não apenas oferecem conveniência, mas também possibilitam maior segurança nas transações e acesso ao crédito em momentos desafiadores.

No decorrer de 2024, esses instrumentos financeiros demonstraram sua relevância ao impulsionar as vendas em diversos setores, especialmente durante os últimos meses do ano, marcados por campanhas promocionais e festividades. De acordo com balanço recente da Associação Brasileira de Empresas de Cartões e Serviços (ABECS), o volume transacionado com cartões totalizou R$ 1 trilhão no 3º trimestre de 2024, um crescimento de 10,2% em 12 meses - um resultado recorde, segundo a associação.

Em larga medida, o desempenho foi impulsionado pelo crescimento de transação com cartões de crédito, que continuam a se consolidar no mercado de meios de pagamento: do total transacionado via cartões no trimestre, R$ 693,2 bilhões se referiram a cartões de crédito (alta anual de 14%). Comparativamente, débito totalizou R$ 248,3 bilhões, uma redução de 0,4% no mesmo período.

Datas como a *Black Friday* e o Natal evidenciam como o uso do cartão de crédito pode fomentar e dinamizar o consumo, permitindo que consumidores antecipem compras, aproveitem as melhores ofertas e organizem melhor seus orçamentos por meio do parcelamento.

É o que mostram os números desta nova edição da publicação *Hábitos de Consumo*, que destaca não somente os resultados o último trimestre, mas também faz um balanço do desempenho dos gastos com cartões de crédito Elo em novembro e dezembro. Como fechamento, o documento também contempla um balanço de 2024, ressaltando lições e estratégias que poderão ser exploradas pelo comércio e serviços para o novo ano que se inicia.

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 – dezembro/2024

Sumário

1 **Contexto econômico** 07

Análise dos principais *drivers* econômicos que influenciaram o consumo no 4Q2024, abrangendo temas como inflação, mercado de trabalho, taxas de juros, endividamento, inadimplência, confiança, varejo e serviços.

2 **Destaques do 4Q2024** 09

Evolução e mudanças em destaque no perfil de consumo no 4Q2024, revelados por números e indicadores baseados em dados transacionais dos cartões de crédito Elo.

3 **Destaques de Novembro (*Black Friday*)** 21

Análise de números e indicadores do consumo no mês de novembro, período que concentra diversas campanhas promocionais do varejo, com destaque para a *Black Friday.*

4 **Destaques de Dezembro (Natal)** 32

Análise de números e indicadores do consumo no mês de dezembro, período marcado pelo consumo relacionado ao Natal, além de produtos e serviços ligados às festas, *Réveillon* e férias escolares.

5 **Balanço de 2024** 43

Avaliação final dos números e indicadores consolidados do ano recém encerrado, tendo por base os dados de transações efetivadas com cartões de crédito Elo.

6 **Considerações finais** 54

Insights, tendências e oportunidades emergentes para 2025.

1 2 3

Contexto econômico

Análise dos principais *drivers* econômicos que influenciaram o consumo no 4Q2024, 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

Segundo o IBGE, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) apresentou um avanço de 0,52% em dezembro de 2024, acelerando 0,13 p.p. em relação ao resultado de novembro (+0,39%).

Dos nove grupos de produtos e serviços pesquisados, oito tiveram alta em dezembro de 2024. A maior variação (1,18%) e o maior impacto (0,25 p.p.) vieram do grupo *alimentação e bebidas*, seguido por *transportes*, com alta de 0,67% e 0,14 p.p. O grupo vestuário (1,14%) teve a segunda maior variação em dezembro, após o recuar 0,12% em novembro. Apenas o grupo *habitação* apresentou deflação no período referenciado (-0,56%).

Com esse resultado o IPCA/IBGE encerrou 2024 com alta acumulada de 4,83%. Os maiores impactos no ano podem ser atribuídos ao grupo *alimentação e bebidas,* que acumulou alta de 7,69% em 12 meses e contribuiu com 1,63 pontos percentuais para a variação anual.

Mercado de trabalho

De acordo com a Pnad Contínua Mensal (IBGE), a taxa de desocupação chegou a 6,2% no trimestre encerrado em dezembro/2024. Com esse resultado, a taxa média anual foi de 6,6% em 2024: uma retração de 1,2 ponto percentual frente a de 2023 (7,8%). O resultado anual é o menor da série histórica iniciada em 2012, sendo que a menor taxa da série havia sido apurada em 2014 (7,0%).

A população ocupada média em 2024 também foi recorde na série histórica da Pnad Contínua Mensal, com 103,3 milhões de pessoas, resultado 2,6% acima de 2023 (100,7 milhões) e 15,2% acima de 2012 (89,7 milhões). A estimativa anual do número de empregados com carteira de trabalho assinada cresceu 2,7% no ano e chegou a 38,7 milhões de pessoas, o mais alto da série.

O valor anual do rendimento real habitual foi estimado em R$ 3.225, o que corresponde a um aumento de 3,7% (ou R$ 115) na comparação com 2023. Anteriormente, o maior resultado da série havia sido em 2014 (R$ 3.120).

Os resultados positivos também foram reforçados pelos números do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged). De acordo com o Ministério do Trabalho e Emprego, a economia brasileira encerrou o ano de 2024 com um saldo de 1.693.673 novos postos de trabalho com carteira assinada, resultado de 25.567.248 admissões e 23.873.575 desligamentos. Em termos de variação, houve um incremento de 3,72% no estoque de empregos formais, totalizando 47.210.948 vínculos em dezembro de 2024.

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

Taxas de juros, inadimplência e endividamento das famílias brasileiras

Em sua última reunião de 2024, realizada em 11 de dezembro, o Comitê de Política Monetária (Copom) decidiu por unanimidade elevar a taxa básica de juros (Selic) em 1,00 ponto percentual, alcançando o patamar de 12,25% ao ano, em conformidade com as expectativas do mercado. No início do ano, projetava-se que a taxa Selic encerraria 2024 em 9,00%.

O cenário mais contracionista da política monetária tem consequências negativas sobre o consumo, o acesso ao crédito, elevando o endividamento e a inadimplência. O Indicador de Inadimplência realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) apontou que quatro em cada dez brasileiros adultos (41,51%) estavam negativados em novembro de 2024, o que representou 68,62 milhões de consumidores. Em comparação com novembro de 2023, o percentual de inadimplentes do Brasil teve crescimento de 1,48% em novembro de 2024.

Reforçando essa impressão, dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), revelaram que o endividamento do consumidor avançou em novembro, chegando a 77% do total, na comparação com os 76,6% registrados no mesmo mês de 2023. Entre as famílias ouvidas, 29,4% declararam possuir dívidas em atraso – o maior percentual desde outubro do ano passado. O total de consumidores que revelaram estar sem condições de quitar as dívidas subiu para 12,9%. Em outubro, era de 12,6% e, em novembro de 2023, de 12,5%.

Confiança dos consumidores

De acordo com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV Ibre), houve queda na confiança dos consumidores brasileiros em dezembro.

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) do FGV IBRE recuou 3,6 pontos em dezembro, para 92,0 pontos, menor nível desde junho deste ano (91,1 pts). Segundo a instituição, o resultado – disseminado entre as faixas de renda (especialmente entre os grupos de renda mais baixa) foi influenciado pela piora das expectativas futuras e da percepção sobre a situação presente, em menor magnitude. Entre os fatores, a recente elevação da taxa de juros, somada a focos de pressão inflacionária em itens como alimentos, podem ter contribuído para a corrosão da confiança no período.

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

Varejo e serviços

Os números exibem um desempenho positivo do varejo e dos serviços em horizontes mais longos. Segundo resultados da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE com referência a novembro de 2024, as vendas no comércio varejista no Brasil variaram negativamente 0,4% na comparação com o mês anterior, quando tiveram variação positiva de 0,4%. No ano, o varejo acumula alta de 5,0%. A média móvel trimestral, que foi de 0,3% em outubro, variou 0,2% no trimestre encerrado em novembro. Já o acumulado nos últimos 12 meses ficou em 4,6%, 26º mês seguido em que esse indicador é positivo.

No comércio varejista ampliado, que inclui, além do varejo, as atividades de veículos, motos, partes e peças, material de construção e atacado especializado de produtos alimentícios, bebidas e fumo, o volume de vendas caiu 1,8% na passagem de outubro para novembro. A média móvel trimestral do varejo ampliado ficou estável no trimestre encerrado em novembro, após registrar 0,4% em outubro. Entre as atividades, cinco das oito apresentaram queda no período: móveis e eletrodomésticos (-2,8%); artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (-2,2%); livros, jornais, revistas e papelaria (-1,5%); outros artigos de uso pessoal e doméstico (-1,0%); e hipermercados, supermercados, produtos alimentícios; bebidas e fumo (-0,1%). Por outro lado, três grupamentos exibiram alta nas vendas entre outubro e novembro de 2024: equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (3,5%); combustíveis e lubrificantes (1,5%); e tecidos, vestuário e calçados (1,4%).

Comparativamente, os últimos resultados disponíveis da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), também conduzida pelo IBGE, indicaram que o volume de serviços do país caiu 0,9% entre outubro e novembro, na série com ajuste sazonal. Esse recuo ocorreu um mês após o setor ter atingido o seu maior volume na série histórica, que teve início em janeiro de 2011. Com isso, o setor está 16,9% acima do nível pré-pandemia (fevereiro de 2020).

Em relação a novembro de 2023, o setor de serviços cresceu 2,9%, seu oitavo resultado positivo nessa comparação. Essa alta foi acompanhada por quatro das cinco atividades e por 56,0% dos 166 serviços investigados. O principal impacto positivo nessa comparação veio de informação e comunicação (6,6%) e os demais avanços vieram dos transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio (2,7%), dos serviços prestados às famílias (5,0%) e dos serviços profissionais, administrativos e complementares (0,4%).

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

1 2 3 4

Destaques do 4Q2024

Evolução e mudanças em destaque no perfil e hábitos de consumo no 4Q2024, revelados por números e indicadores baseados em dados transacionais dos cartões de crédito Elo

Destaques do 4Q2024: **Cartões de Crédito**

Com base em dados transacionais de compras e pagamentos efetivados através de Cartões de Crédito Elo, esses foram os destaques do 4Q2024*:

+9%

O número de transações com cartões de crédito Elo cresceu 8% no 4Q2024, enquanto os gastos se expandiram em 9%. O valor médio por transação foi de R$ 149, o que equivale a um incremento de 1% em relação ao 4Q2023.

+10%

O consumo do público de maior renda liderou a expansão dos gastos com cartões de crédito no 4Q2024, com alta de 9% no número de transações efetivadas e de 10%, no valor transacionado. No recorte de menor renda, o aumento dos gastos no crédito foi menor (5%).

+12%

Gastos com cartões por meio digital, avançaram 13% no 4Q2024, quase o dobro dos 7% do presencial. O valor médio por transação também foi maior no meio digital (R$ 185 x R$ 137), além de ter exibido uma elevação no período (+3%).

+10%

No 4Q2024, as compras efetuadas no crédito à vista cresceram 10%, em valor, acima da alta de 7% no crédito parcelado. O valor médio das compras parceladas, contudo, foi maior (R$598 x R$89) e cresceu mais no período (+6% x +1%).

+22%

Entre os segmentos e categorias do varejo e dos serviços, a alta nas transações via crédito envolveram: *eletroeletrônicos, móveis e decoração* (+22%); *bares e restaurantes* (+21%); *estética e cabeleireiros* (+20%); entre outros.

+24%

Já em valor (faturamento), os destaques envolveram: *estética e cabeleireiros* (+24%); *serviços e apps de transporte* (+23%); *veterinária e pet shop* (+21%); *bares e restaurantes* (+20%).

+21%

Considerando o valor médio por transação, as maiores altas no período abrangeram: *serviços educacionais* (+17%); s*erviços e apps de transporte* (+8%); *saúde, farmácias e drogarias* (+7%); *comércio e serviços automotivos* (+6%).

* Valor médio (R$) em 4Q2024.
Variação (%) entre 4Q2023 e 4Q2024.

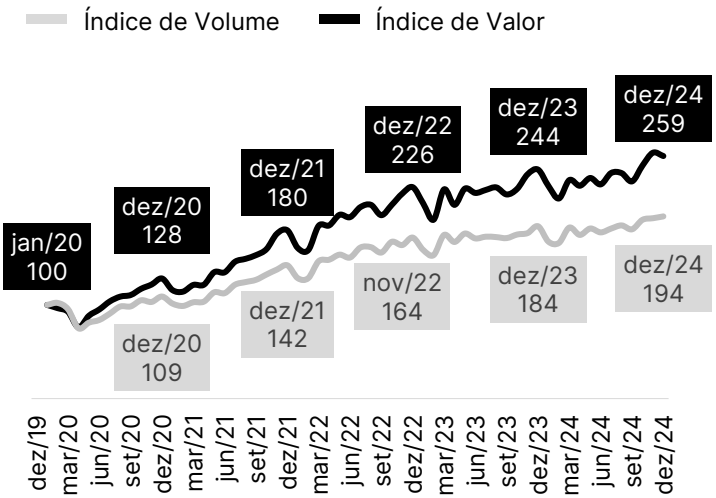
Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito no 4Q2024

Gastos com cartões de crédito cresceram 9% no 4Q2024, impulsionados pelo aumento nas transações efetivadas no período (+8%)

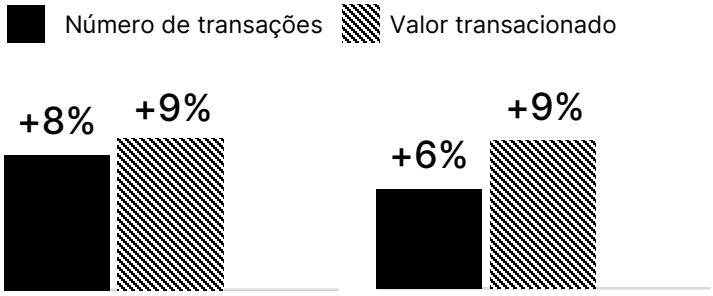
Em linha com o contexto econômico, os resultados do 4Q2024 foram bastante positivos, considerando a expansão de 8% no número de transações e de 9%, no valor transacionado com cartões de crédito Elo. A alta nas transações em 4Q2024 foi similar ao avanço registrado entre 4Q2022 e 4Q2023 (+9%).

O valor médio das transações efetivadas com cartões de crédito Elo, por sua vez, avançou marginalmente entre o 4Q2023 e o 4Q2024 (+1%), encerrando o último trimestre de 2024 em R$ 149.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



4Q2024 x 4Q2023

4Q2023 x 4Q2022

Valor médio por transação

R$149 +1% ↑

Média no 4Q2024 x 4Q2023

R$147 +2% ↑

Média em 4Q2023 x 4Q2022

Comportamento do consumo por grupos de renda

Público de maior poder aquisitivo lidera expansão de gastos no 4Q2024, o dobro do desempenho de famílias de menor renda

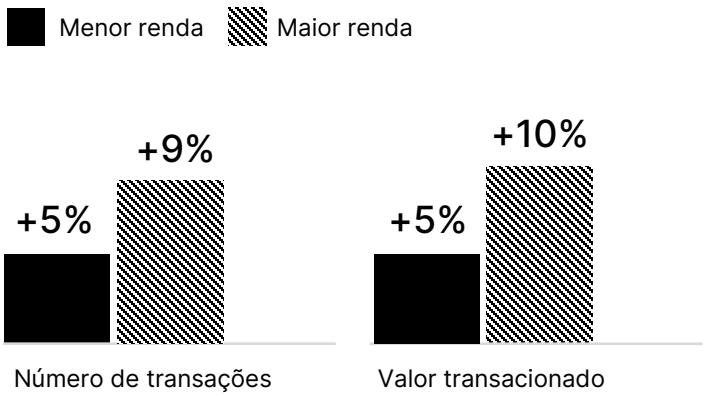
De acordo com os últimos dados disponíveis, o número de transações com cartões de crédito efetuadas pelo público de maior renda cresceram, em média, 9% no 4Q2024. Em valor, a alta registrada nos gastos foi de 10%.

Em contraste, considerando o perfil do público de menor renda, as transações cresceram comparativamente menos em volume (+5%) e também em valor transacionado (+5%).

As diferenças nos hábitos de consumo com cartões de crédito entre os dois grupos também se refletiram no valor médio gasto maior renda em relação a menor renda (R$ 114 x R$ 158).

Além disso, o valor médio por transação ficou estável entre portadores de menor poder aquisitivo, enquanto no outro grupo houve uma discreta elevação de 1%.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$114	~0%	R$158	+1% ↑
Público de menor renda		Público de maior renda	

* Valor médio (R$) em 4Q2024.
Variação (%) entre 4Q2023 e 4Q2024.

Gastos por meio digital e meio presencial

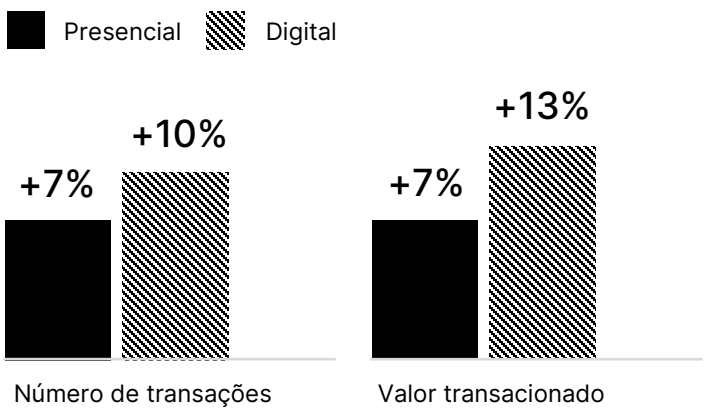
Gastos com cartões de crédito através de meios digitais cresceram 13% no 4Q2024

Os resultados do 4Q2024 revelaram que as compras e pagamentos digitais através de cartões de crédito apresentaram um crescimento de 10%, em número de transações, e de 13%, em valor total transacionado com cartões de crédito Elo.

Comparativamente, entre as compras presenciais efetivadas via crédito, o crescimento foi menor, tanto em volume quanto em valor transacionado (+7%).

O valor médio por transação também foi maior nas compras feitas no crédito por meio digital (R$ 185) em relação ao presencial (R$ 137), além de ter exibido um crescimento de em relação ao 4Q2023 (+3%). No caso das compras presenciais, não houve crescimento.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$137	~0% •	R$185	+3% ↑
Presencial		Digital	

* Valor médio (R$) em 4Q2024.
Variação (%) entre 4Q2023 e 4Q2024.

Uso de cartões de crédito para compras à vista e parceladas

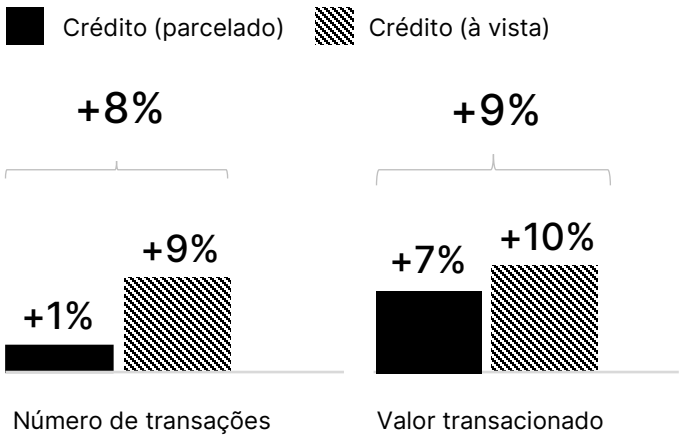
Número de transações efetivadas no crédito à vista cresceu 10% no 4Q2024. No parcelado, aumento foi de 6%

Responsável pela maior parte das transações dos brasileiros com cartões de crédito Elo, a opção de crédito à vista registrou crescimento maior no 4Q2024, seja em número de transações (+9%) ou em termos de valor transacionado (+10%).

Comparativamente, o número de transações efetivadas no parcelado apresentou discreta alta (+1%), enquanto os gastos cresceram 9%.

Por outro lado, as compras parceladas com cartões de crédito apresentaram um valor médio maior no 4Q2024 (R$ 598 x R$ 89) e cresceram seis vezes mais no período em relação ao 4Q2023 (+6% e +1%, respectivamente).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$149 +1% ↑
Crédito (agregado)

R$598 +6% ↑
Crédito (parcelado)

R$89 +1% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 4Q2024.
Variação (%) entre 4Q2023 e 4Q2024.

Destaques em número de transações efetuadas com Cartões de Crédito (4Q2024)

Eletroeletrônicos, móveis e decoração supera serviços e lidera expansão das transações com cartões de crédito no 4Q2024

Em termos quantitativos, o número de transações efetivadas com cartões de crédito no último trimestre registrou avanço em quase todas as segmentos, exceto por *serviços educacionais*.

Mais especificamente, as maiores variações foram identificadas em: *eletrônicos, móveis e decoração; bares e restaurantes; estética e cabeleireiros; serviços especializados**; livrarias, papelarias e afins; veterinária e pet shop; recreação e lazer; serviços e transporte; higiene pessoal e cosméticos; comércio varejista alimentício e atacadista especialista*; entre outros.

Evolução do número de transações no 4Q2024*

* Variação entre 4Q2023 e 4Q2024.

** 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 (4Q2024)

Cuidados com pets e com estética, transporte, livros e higiene pessoal foram os destaques nos gastos no crédito do 4Q2024

De forma similar, a expansão em termos de valor transacionado com cartões de crédito no foi generalizada no 4º trimestre de 2024, abrangendo todos os segmentos analisados.

Entre os recortes que lideraram esse crescimento, é possível destacar o desempenho em: *estética e cabeleireiros; serviços de transporte; veterinária e pet shop; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; serviços especializados**; livrarias, papelarias e afins; eletroeletrônicos, móveis e decoração;* entre outros.

Evolução do valor transacionado no 4Q2024*

* Variação entre 4Q2023 e 4Q2024.

** 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).

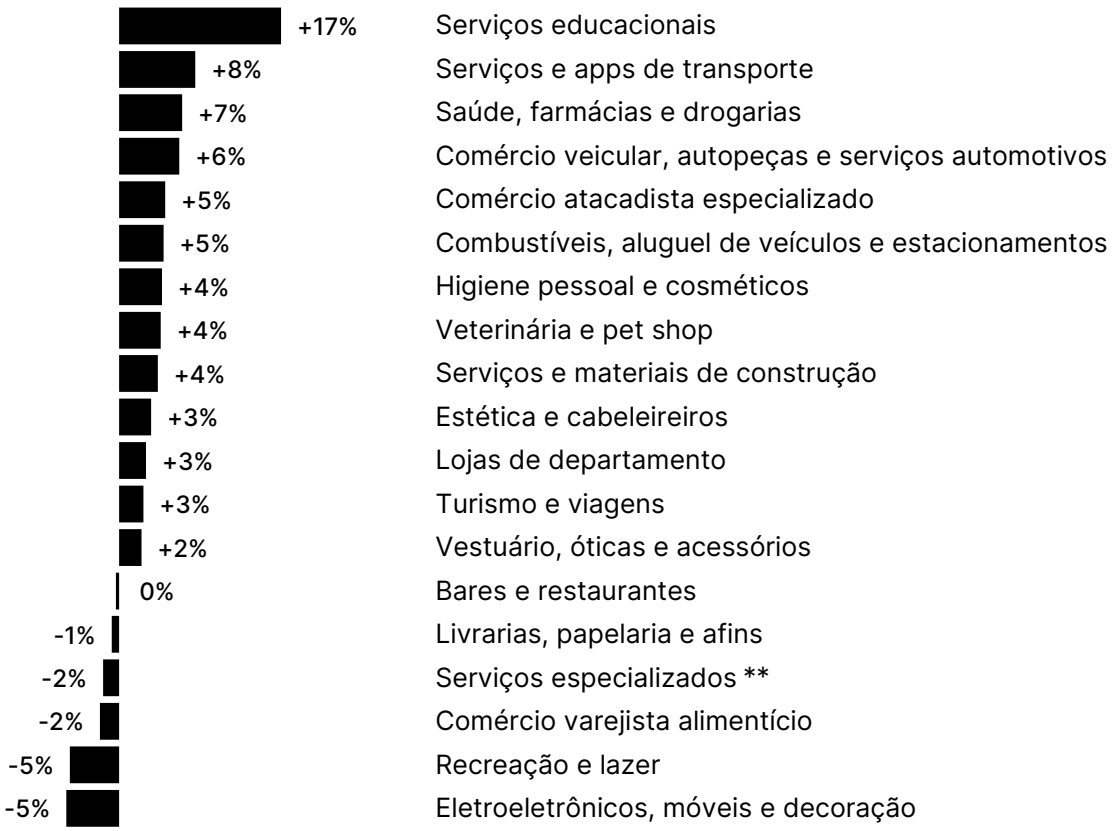
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (4Q2024)

Maiores altas no valor médio transacionado com cartões de crédito foram identificados em serviços educacionais; serviços e apps de transporte; saúde, drogarias e farmácias

A maior parte dos segmentos apresentaram aumento no valor médio por transação*, sendo os maiores em: *serviços educacionais; serviços e apps de transporte; saúde, farmácias e drogarias; comércio automotivo; comércio atacadista; venda de combustíveis; higiene e cosméticos.*

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto com: *eletroeletrônicos, móveis e decoração; recreação e lazer; comércio varejista alimentício, serviços especializados; livrarias; entre outros.*

Evolução do valor médio por transação no 4Q2024*



* Variação entre 4Q2023 e 4Q2024.

** 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).

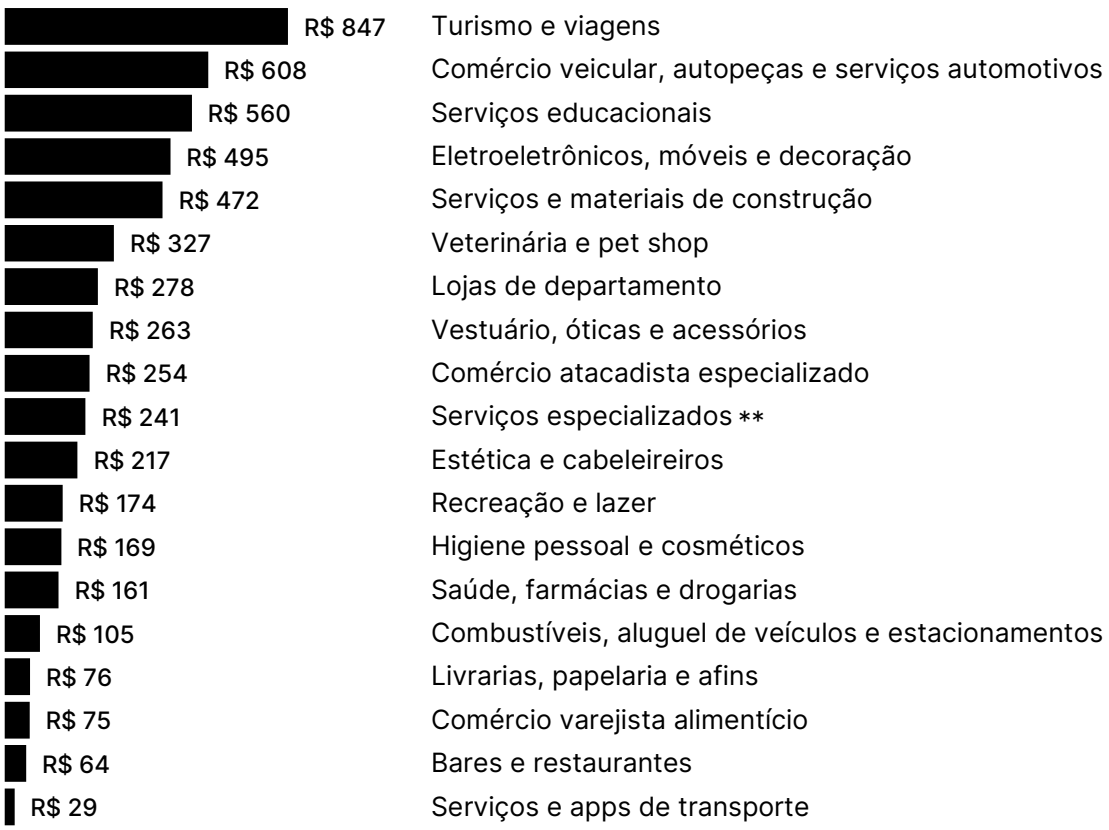
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (4Q2024)

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

Considerando os gastos com cartões de crédito no 4Q2024, os maiores valores médios por transação foram registrados na aquisição de bens e serviços pelos seguintes segmentos: *turismo e viagens; segmento automotivo; serviços educacionais; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção;* 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 4Q2024*



* Valor médio no 4Q2024.

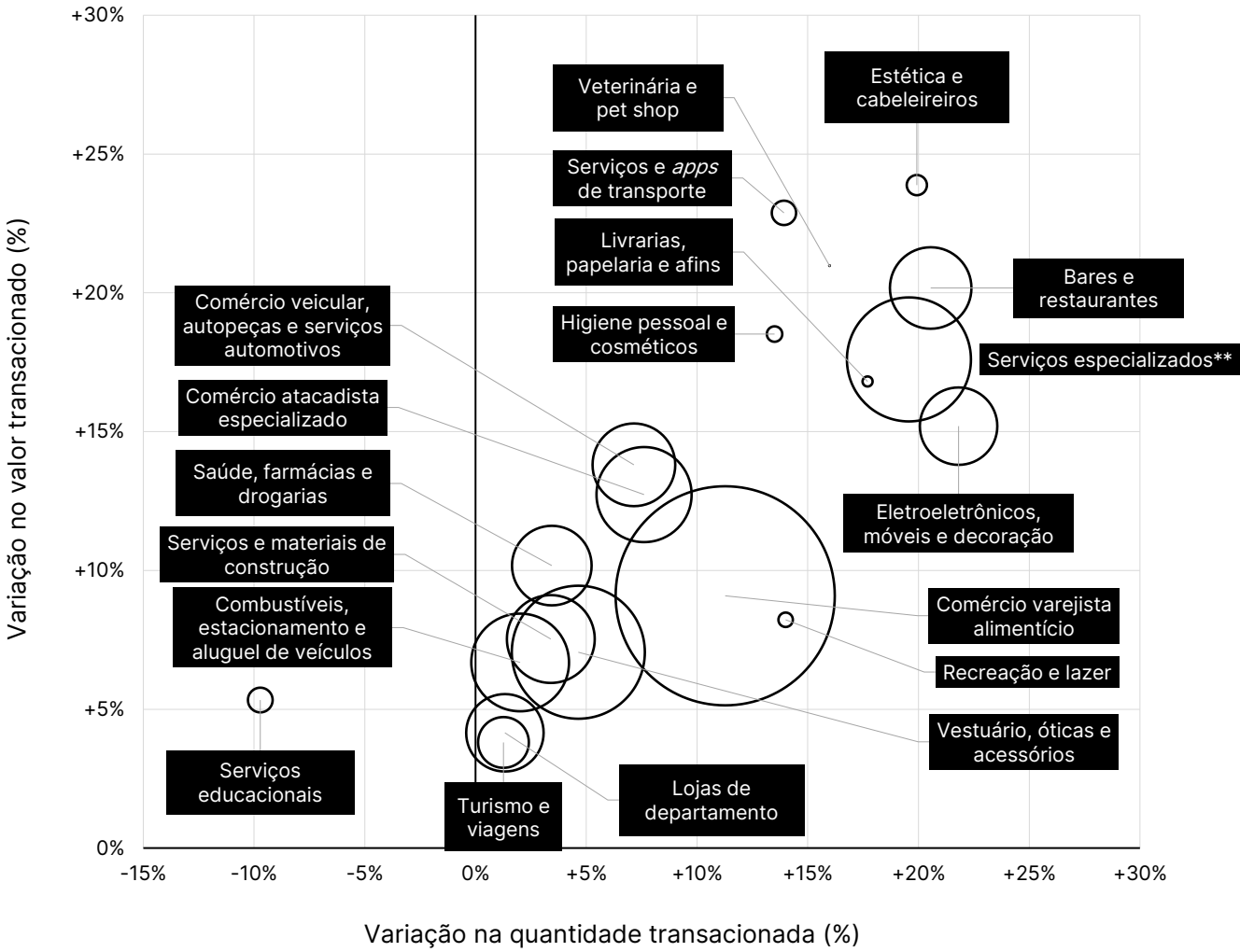
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques do 4Q2024 (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 Elo no 4Q2024.

Em especial, os destaques, posicionados no quadrante superior direito do gráfico, envolveram: *estética e cabeleireiros; veterinária e pet shop; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; livrarias, papelarias e afins; serviços especializados**;* entre outros.

Desempenho agregado por segmento no 4Q2024*



Legenda : Largura das “bolhas” representa a participação relativa do segmento nos gastos do 4Q2024

* Variação entre 4Q2023 e 4Q2024.

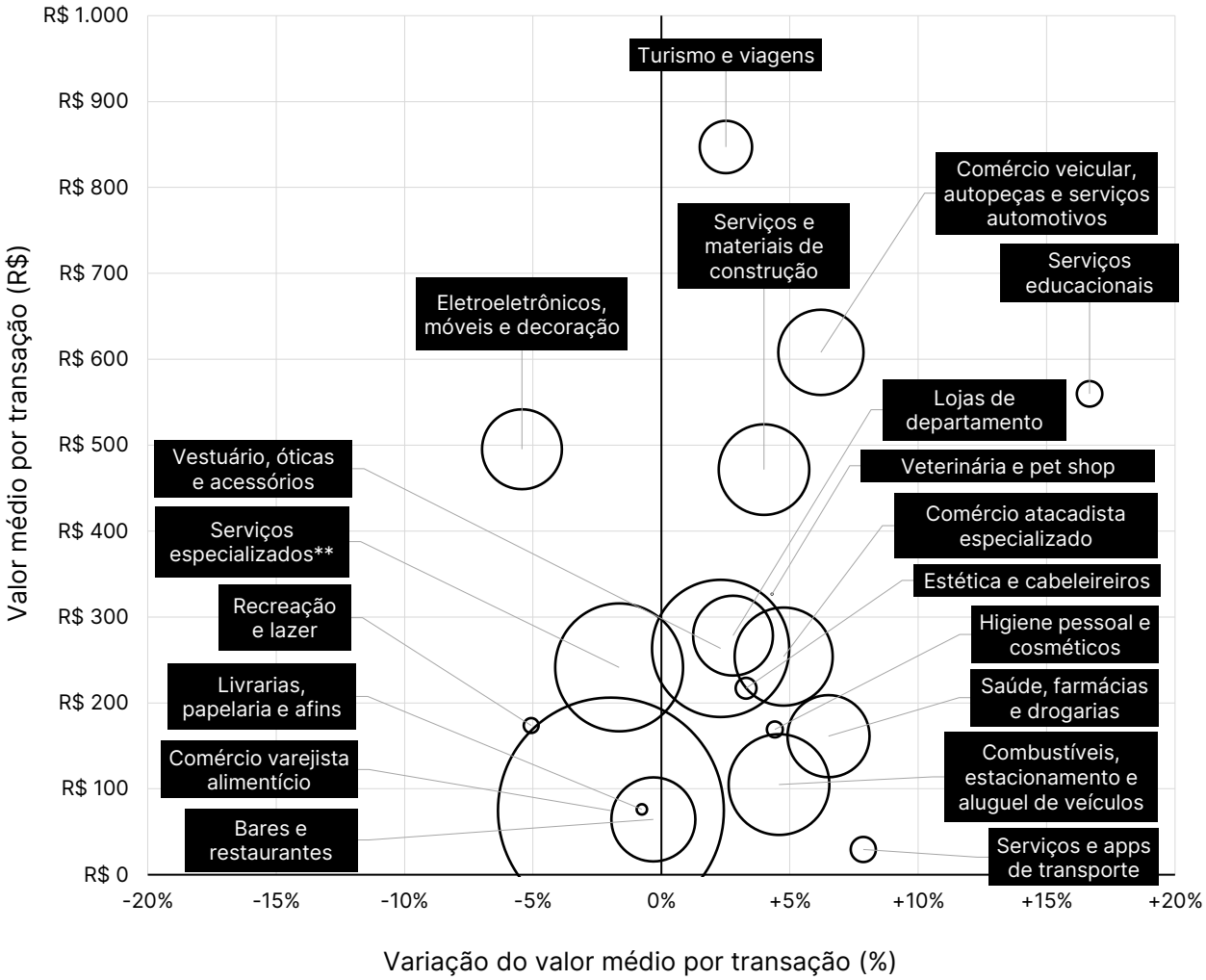
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques do 4Q2024 (Crédito)

Já no gráfico a seguir, é possível identificar os segmentos de acordo com os valores médios por transação no 4Q2024 (eixo vertical), e as variações em relação ao resultado de 4Q2023 (eixo horizontal).

Os resultados contrastaram segmentos: como *turismo e viagens* (maior valor médio) e *serviços e apps de transporte* (menor valor médio*); serviços educacionais* (maior variação); *eletroeletrônicos, móveis e decoração* (menor variação).

Nível e variação do valor médio por transação no 4Q2024*



Legenda : Largura das "bolhas" representa a participação relativa do segmento nos gastos do 4Q2024

* Valor médio no 4Q2024. Variação entre 4Q2023 e 4Q2024.

** 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).

1 2 3 4 5

Perfil de Consumo (Crédito)

Novembro (*Black Friday*)

Análise de números e indicadores do consumo no mês de novembro, período que concentra diversas campanhas promocionais do varejo, com destaque para a *Black Friday*.

Características do perfil de consumo com Cartões de Crédito em Novembro (*Black Friday*)

Protagonismo do cartão de crédito, especialmente no *e-commerc*e, reforça tendência de antecipação do consumo em datas promocionais, como a *Black Friday*

Novembro tornou-se, ao longo dos anos, um marco no calendário do varejo, simbolizando um momento estratégico para o consumo e para a economia como um todo. Impulsionado pelas campanhas promocionais da *Black Friday*, que evoluíram para o conceito mais amplo com o "esquenta" e os conceitos de *Black Week* e *Black Month*, o período se consolidou como uma das épocas mais aguardadas do mercado: um termômetro das tendências e hábitos de consumo.

Os resultados de novembro refletem a força do consumo em um ambiente competitivo e dinâmico, onde as estratégias de *marketing* e os meios de pagamento desempenham papéis cruciais. Nesse terreno, os cartões de crédito se destacam como protagonistas, permitindo que os consumidores aproveitem as ofertas e promoções de forma antecipada ou imediata. Além do parcelamento, os portadores também se beneficiam de modalidades de *cashback,* cupons, acúmulo de pontos, troca por milhas e outros benefícios exclusivos.

A flexibilidade oferecida pelos cartões é uma das razões pelas quais este mês registra volumes de vendas expressivos, especialmente em segmentos notadamente eletroeletrônicos.

Para além do apelo puramente promocional, os resultados de novembro refletem também uma mudança no comportamento do consumidor, que cada vez mais planeja e antecipa suas compras para este período, aproveitando as vantagens econômicas e a conveniência proporcionada pelas tecnologias de pagamento, como carteiras digitais (*digital wallets*) e pagamentos por aproximação.

Para os comerciantes, varejistas e prestadores de serviços, trata-se de uma oportunidade estratégica para conquistar novos clientes, fidelizar os existentes e liquidar estoques, preparando-se para o período de festas em dezembro.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito (novembro/2024)

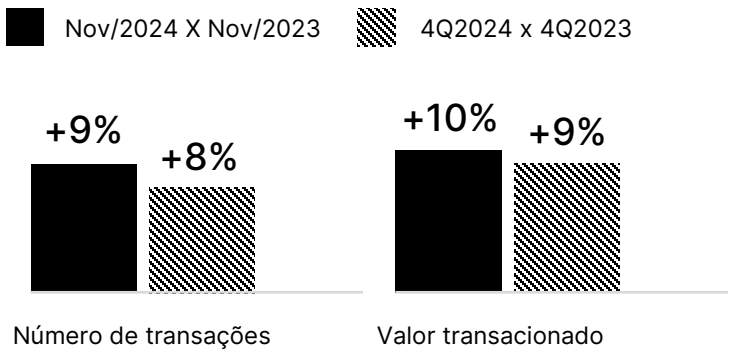
Desempenho do consumo via cartões de crédito em novembro foi ligeiramente superior ao agregado do 4Q2024, tanto em número quanto em valor transacionado

Ao serem analisados dados transacionais sobre o consumo com cartões de crédito Elo entre novembro/2023 e novembro/2024, foi possível identificar um crescimento de 9% no número de transações, em paralelo à alta de 10% no valor gasto com produtos e serviços.

Quando comparado com os resultados do 4Q2024, é possível evidenciar que os números de novembro foram ligeiramente superiores, tendo contribuído, portanto, para amplificar o desempenho positivo do mercado no período.

Com respeito ao valor médio por transação, a cifra identificada em novembro/2024 (R$ 152) também foi ligeiramente superior à média do 4Q2024 (R$ 149), embora tenham ambas exibido crescimento similar em relação às respectivas bases comparativas de 2023 (+1%).

Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$152 +1% ↑
Média em Nov/2024

R$149 +1% ↑
Média no 4Q2024

Comportamento do consumo por grupos de renda (novembro/2024)

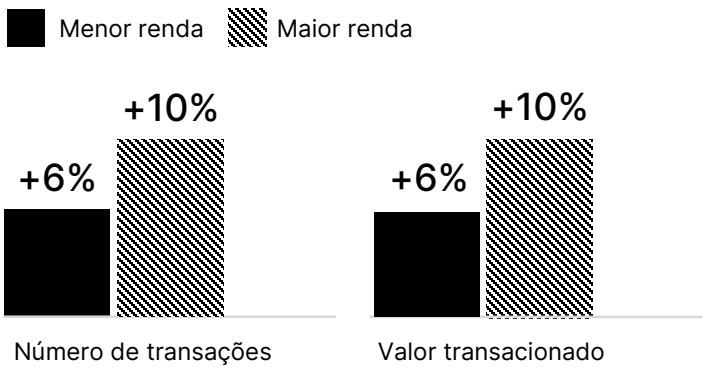
Com maior disposição e espaço orçamentário, consumidores de maior renda lideraram alta nos gastos com cartões de crédito em novembro (+10%)

Na comparação entre dados transacionais de novembro/2023 e novembro/2024, o número de transações e o valor total transacionado com cartões de crédito cresceram ambos 10% junto ao público de maior renda.

No caso dos consumidores de menor poder aquisitivo, o aumento apurado foi de 6%, tanto em quantidade quanto valor gasto.

O perfil de maior renda também apresentou um valor médio por transação maior em novembro/2024 (R$ 162 x R$ 115), embora ambos grupos de renda não apresentado incorrido em crescimento significativo dessa cifra em relação ao mesmo período de 2023.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$115	~0% •	R$162	+1% ↑
Público de menor renda		Público de maior renda	

* Valor médio (R$) em novembro/2024.
Variação (%) entre novembro/2023 e novembro/2024.

Gastos por meio digital e meio presencial (novembro/2024)

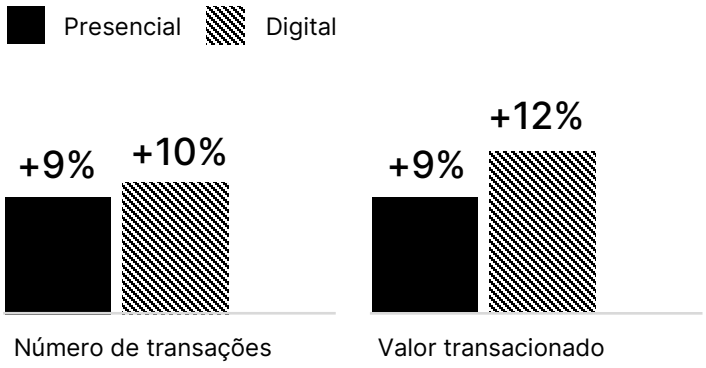
Canais digitais e *e-commerce* lideraram expansão de gastos com cartões de crédito em novembro

Com respeito ao meio, os pagamentos e transações efetivadas via canais digitais apresentaram um desempenho ligeiramente superior em novembro/2024, considerando a alta de 10% no número de transações e de 12%, no valor gasto com cartões de crédito.

Nas transações presenciais, ambas variações foram de 9% - resultado que também foi bastante relevante para o período.

No tocante ao valor por transação com cartões de crédito, as compras por meio digital apresentaram uma média de R$ 196, tendo crescido 2% em relação a novembro/2023. No caso presencial, o valor médio foi de R$ 138 por transação efetivada com cartões de crédito e não exibiu variação significativa.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

Presencial		Digital	
R$138	~0% •	R$196	+2% ↑

* Valor médio (R$) em novembro/2024.
Variação (%) entre novembro/2023 e novembro/2024.

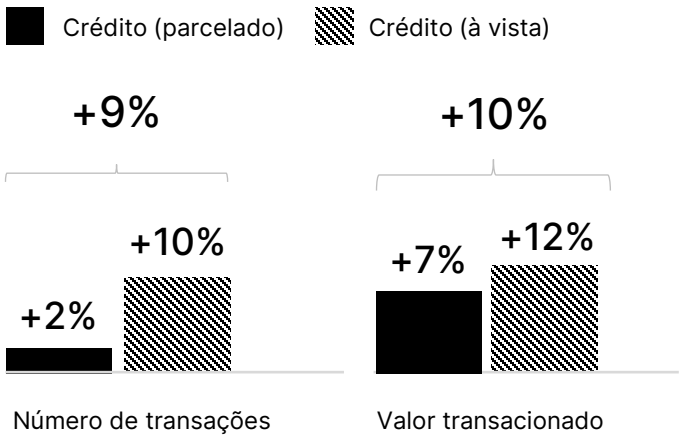
Uso de cartões de crédito para compras à vista e parceladas (novembro/2024)

Mais representativo, uso do pagamento à vista registrou crescimento mais robusto em relação ao parcelado, modalidade reservada para compras de maior valor

Considerando o desempenho em novembro/2024, a opção de crédito à vista foi novamente dominante em relação ao parcelado, com crescimento de 10% em número de transações e de 12%, em valor gasto. No parcelado, esses percentuais foram de 2% e 7%, respectivamente).

Já em termos de valor médio por transação, o crédito parcelado registrou não somente um nível maior em novembro/2024 (R$ 631 x R$ 89), como também um crescimento mais representativo (+5% x +2%) em relação à modalidade à vista.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$152 +1% ↑
Crédito (agregado)

R$631 +5% ↑
Crédito (parcelado)

R$89 +2% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em novembro/2024.
Variação (%) entre novembro/2023 e novembro/2024.

Destaques em número de transações efetuadas com Cartões de Crédito (novembro/2024)

Alta das transações em novembro/2024 foi liderada por cuidados pessoais, eletroeletrônicos, móveis e livrarias

Em novembro/2024, o aumento nas transações com cartões de crédito avançou em praticamente todos os segmentos analisadas, com destaque para: *estética e cabeleireiros; eletroeletrônicos, móveis e decoração; livrarias, papelarias e afins; bares e restaurantes; veterinária e pet shop; recreação e lazer; serviços especializados**; higiene pessoal e cosméticos; serviços e apps de transporte;* entre outros.

Em contraste, houve queda nas transações efetivadas no segmento de serviços educacionais.

Evolução do número de transações em novembro/2024*

* Variação entre novembro/2023 e novembro/2024.
** 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 (novembro/2024)

Alta nos gastos com cartões de crédito em novembro foi generalizada, liderada por serviços ligados ao campo da sociabilidade, como estética, transportes e alimentação

No tocante ao comportamento do valor transacionado, houve crescimento em todos os segmentos analisados em novembro/2024.

Dentre eles, é possível destacar os seguintes: *estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; veterinária e pet shop; livrarias, papelarias e afins; comércio atacadista especializado; eletroeletrônicos, móveis e decoração; recreação e lazer; serviços especializados**;* entre outros.

Evolução do valor das transações em novembro/2024*

* Variação entre novembro/2023 e novembro/2024.
** 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).

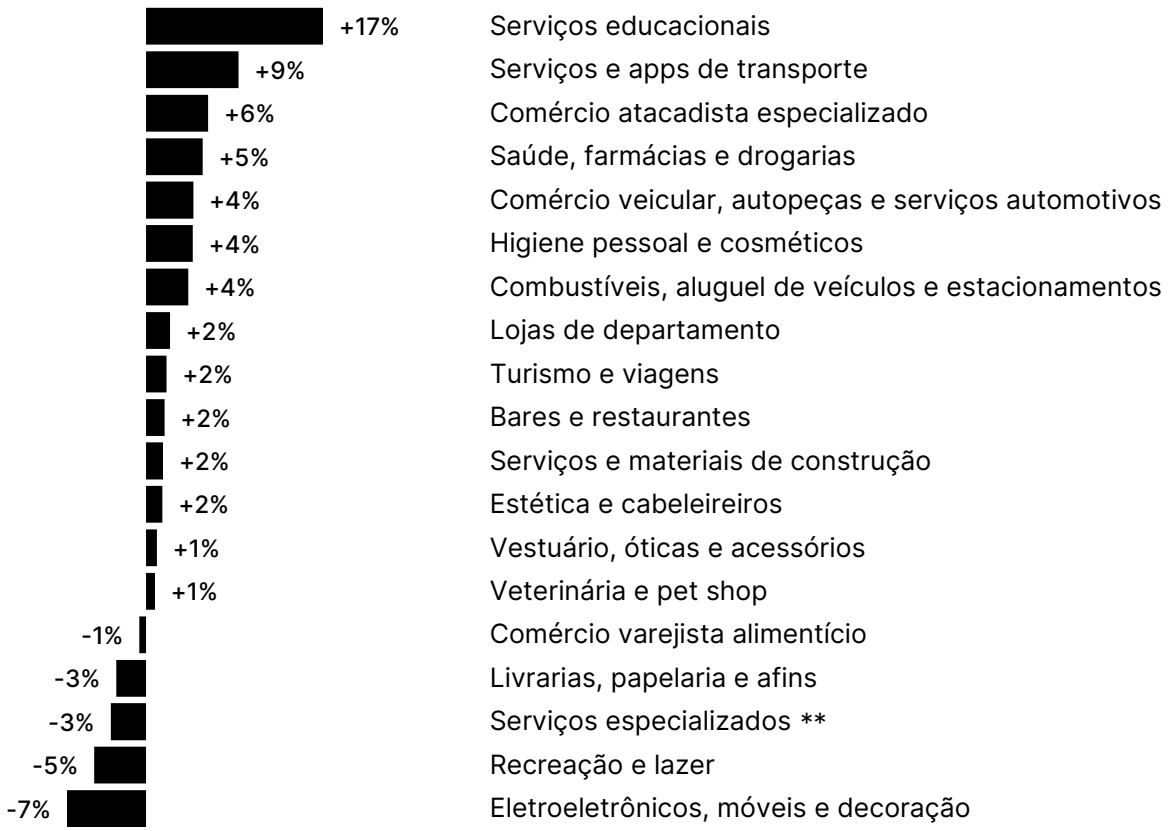
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (novembro/2024)

Maiores altas no valor médio transacionado com cartões de crédito foram identificados em serviços educacionais, serviços e apps de transporte, e atacado especializado

Boa parte dos segmentos apresentaram aumento no valor médio por transação em novembro*, sendo os maiores em: *serviços educacionais; serviços e apps de transporte; comércio atacadista especializado; saúde farmácias e drogarias; comércio automotivo; higiene pessoal e cosméticos;* entre outros.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto com: *eletroeletrônicos, móveis e decoração; recreação e lazer; serviços especializados**; livrarias, papelarias e afins; comércio varejista alimentício.*

Evolução do valor médio por transação em novembro/2024*



* Variação entre novembro/2023 e novembro/2024.
** 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).

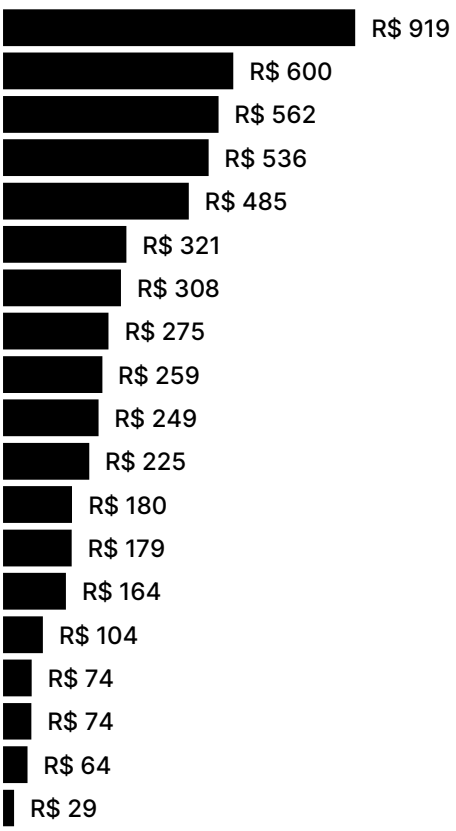
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (novembro/2024)

Em valor médio, liderança dos gastos no mês da *Black Friday* envolveu turismo e viagens, comércio automotivo e serviços educacionais

Considerando os gastos com cartões de crédito em novembro/2024, os maiores valores médios por transação foram registrados no consumo junto aos seguintes: segmentos: *turismo e viagens; comércio automotivo; serviços educacionais; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção;* 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;* entre outros segmentos.

Valor médio por transação em novembro/2024*



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

* Variação entre novembro/2023 e novembro/2024.
** 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).

Principais diferenciais do consumo com Cartões de Crédito em novembro/2024

Considerando algumas características especiais do consumo de novembro/2024, influenciadas pelas campanhas promocionais e pela natureza da *Black Friday*, é possível destacar que os gastos com cartões de crédito foram comparativamente maiores no parcelado e através de canais digitais/*e-commerce*.

Entre os segmentos, lojas de departamento, eletroeletrônicos, turismo e viagens exibiram ligeiro incremento na participação dos gastos em relação às médias de 4Q2024 e do ano (2024).

Participação no valor gasto do período	Nov/2024	4Q2024	2024
Crédito à vista	52%	53%	53%
Crédito parcelado	48%	47%	47%
Compras presenciais	68%	70%	70%
Canais digitais e *e-commerce*	32%	30%	30%
Alimentação*	19%	20%	19%
Transporte e mobilidade**	8%	8%	8%
Vestuário, óticas e acessórios	8%	9%	8%
Lojas de departamento	6%	5%	5%
Materiais de construção	6%	6%	6%
Eletroeletrônicos	4%	3%	3%
Turismo e viagens	4%	3%	3%
Móveis e decoração	2%	2%	2%
Livrarias, papelarias e afins	1%	1%	1%

* Inclui comércio varejista alimentício, bares e restaurantes.
** Abrange venda de combustíveis, aluguel de veículos, estacionamentos, serviços e *apps* de transporte.

2 3 4 5 6

Perfil de Consumo

Dezembro (Natal e Festas)

Análise de números e indicadores do consumo no mês de dezembro, período marcado pelo consumo relacionado ao Natal, além de produtos e serviços ligados às festas, *Réveillon* e férias escolares.

Características do perfil de consumo com Cartões de Crédito em Dezembro (Natal e Festas)

Uso de cartões de crédito permite aos consumidores conciliar as aspirações e desejos de mudança com uma maior flexibilidade para o orçamento familiar

Na esteira das promoções de novembro, o mês de dezembro também representa uma data muito especial para o consumo, mobilizada pelo espírito de celebração, de desejos de mudança de hábitos e aparência, de presentear, receber e trocar presentes. Na prática, as datas especiais se consagraram como catalisadores dessa dinâmica, produzindo grande movimentação no comércio, impulsionando compras em diversos segmentos, desde itens de vestuário até o varejo alimentício.

As vendas de Natal desempenham um papel central nessa movimentação, especialmente em categorias como vestuário, na esteira do aumento na sociabilidade típica desse período. No comércio alimentício, o mês é dominado pela busca por ceias e confraternizações, beneficiando supermercados, padarias e outros varejistas do setor alimentício.

Os cartões de crédito, mais uma vez, destacam-se como aliados indispensáveis nesse período. Em um momento de maior apelo emocional e alta demanda, eles oferecem a conveniência de pagamentos parcelados, possibilitando que os consumidores conciliem suas aspirações com o orçamento familiar.

Dezembro também é um mês que reflete as estratégias do varejo para atrair e fidelizar clientes. Promoções temáticas, vitrines elaboradas e ações de marketing digital criam um ambiente que incentiva o consumo e valoriza a experiência do cliente. Além disso, o pagamento com cartões muitas vezes está associado a benefícios adicionais, como programas de pontos, *cashback* e descontos exclusivos, tornando-se uma escolha ainda mais atrativa para o consumidor.

Os resultados registrados neste período vão além das vendas; eles simbolizam o impacto das tradições, o poder do consumo sazonal e a força dos meios de pagamento na consolidação de novos hábitos de consumo para o ano que se inicia.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito (dezembro/2024)

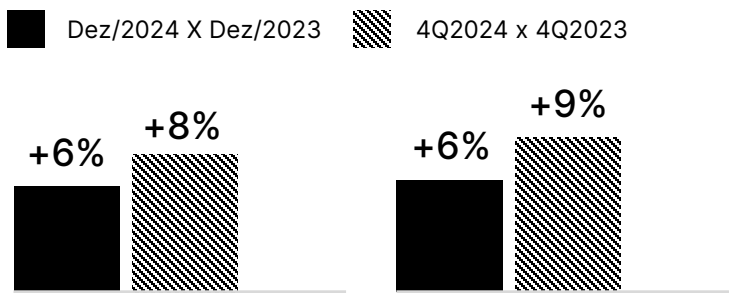
Gastos com cartões de crédito em dezembro ficam aquém do desempenho de novembro e da média do 4Q2024, mas ainda exibem crescimento importante

Diferentemente dos resultados de novembro, a comparação entre os dados transacionais sobre os gastos com cartões de crédito Elo efetuados entre dezembro/2023 e dezembro/2024 evidenciou um desempenho inferior ao do agregado do 4Q2024, ainda que positivo.

Especificamente, o número de transações e o valor transacionado com cartões de crédito registraram um crescimento de 6% em dezembro. Na comparação entre 3Q2023 e 4Q2024, as variações foram de 8% e 9%, respectivamente. Já em novembro, como visto anteriormente, o desempenho foi ligeiramente superior ao do trimestre (+9% e +10%, respectivamente).

Além disso, o valor médio por transação no último mês de 2024 (R$ 149) correspondeu à média do 4Q2024 (R$ 149), embora não tenha sofrido alteração em relação à cifra de dezembro/2023.

Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

Comportamento do consumo por grupos de renda (dezembro/2024)

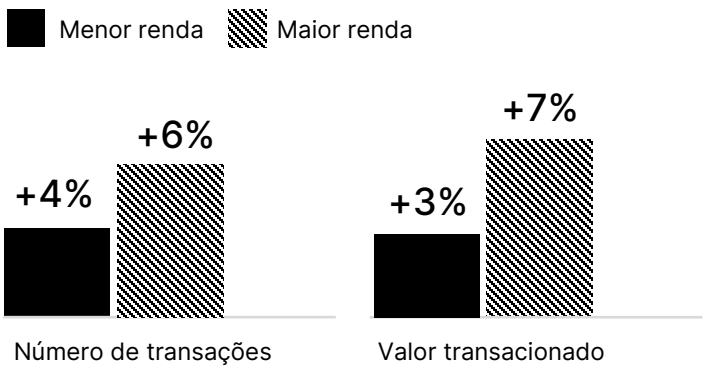
Com alta de 7%, público de maior poder aquisitivo lidera expansão dos gastos com cartões de crédito em dezembro

Embora o desempenho do consumo com cartões de crédito em dezembro tenha sido inferior ao dos demais períodos analisados, algumas características e diferenças desse gasto não destoaram do padrão esperado.

Em particular, destaca-se o dinamismo dos gastos do público de maior renda, tanto em número de transações (+6%) quanto valor transacionado (7%), que superaram os respectivos desempenhos do público de menor renda (+4% e +3%, respectivamente) no último mês de 2024.

Essas diferenças estruturais também se mantiveram no campo do valor médio por transação, com vantagem expressiva do público de maior renda (R$ 157 x R$ 117).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$117	-1% ↓	R$157	~0% •
Público de menor renda		Público de maior renda	

* Valor médio (R$) em dezembro/2024..
Variação (%) entre dezembro/2023 e dezembro/2024.

Gastos por meio digital e meio presencial (dezembro/2024)

Resultados de dezembro expõe divergências mais expressivas entre o dinamismo observado dos gastos através de canais digitais e a das compras presenciais

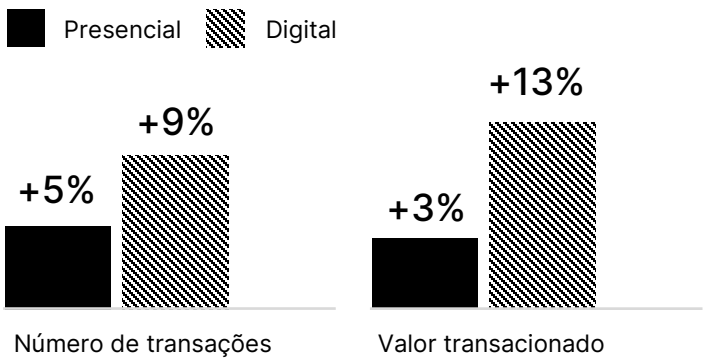
As diferenças entre o desempenho dos gastos com compras presenciais e aquelas realizadas por canais digital/e-commerce foram mais expressivas na análise de dezembro.

De acordo com os dados transacionais de cartões de crédito da Elo, o crescimento do número de transações efetivadas entre dezembro/2023 e dezembro/2024 foi de 9%, quase o dobro dos 5% apurados em relação às compras presenciais no período.

No caso dos valores transacionados, a divergência foi ainda maior: nos canais digitais, os gastos cresceram 13%, mais de quatro vezes mais do que na modalidade presencial.

Quanto ao valor médio, as diferenças entre o digital (R$ 177) e presencial (R$ 140) foram menos proeminentes, o que pode estar relacionado ao padrão de compras do período.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

Presencial		Digital	
R$140	-1% ↓	R$177	+4% ↑

* Valor médio (R$) em dezembro/2024.
Variação (%) entre dezembro/2023 e dezembro/2024.

Uso de cartões de crédito para compras à vista e parceladas (dezembro/2024)

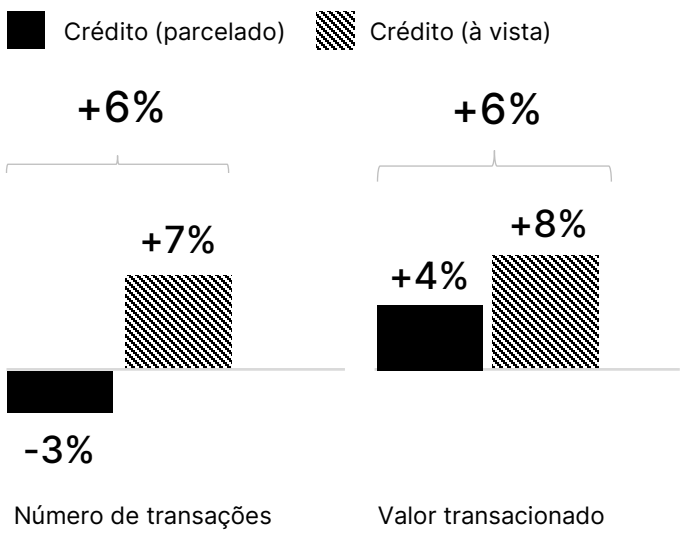
Gastos à vista com cartões de crédito cresceram 8% em dezembro, o dobro do observado na modalidade parcelada (+4%)

Com respeito à forma de pagamento, as compras com cartões de crédito à vista preservaram uma dinâmica mais favorável em dezembro/2024, com alta de 7% nas transações e de 8% nos valores transacionados em relação a dezembro/2023.

No caso da modalidade parcelada, houve queda de 3% no número de transações, embora o valor gasto tenha crescido 4% na base comparativa.

Quanto ao valor médio, as diferenças típicas se mantiveram (R$ 91 x R$ 551), tendo em vista as diferenças de valor agregado entre os produtos e serviços adquiridos em cada forma de pagamento.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$149 +1% ↑
Crédito (agregado)

R$551 +6% ↑
Crédito (parcelado)

R$91 +1% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em dezembro/2024.
Variação (%) entre dezembro/2023 e dezembro/2024.

Destaques em número de transações efetuadas com Cartões de Crédito (dezembro/2024)

Serviços, recreação, bares e restaurantes lideraram alta nas transações com cartões de crédito, ao lado de livros e eletrônicos

Boa parte dos segmentos registrou crescimento no número de transações efetivadas com cartões de crédito em dezembro/2024, incluindo: *serviços especializados**; livrarias, papelarias e afins; recreação e lazer; eletroeletrônicos, móveis e decoração; bares e restaurantes; serviços e apps de transporte*; entre outros.

Pelo lado negativo, houve queda nas transações em: *serviços educacionais; lojas de departamento; vestuário, óticas e acessórios; serviços e materiais de construção; turismo e viagens.*

Evolução do número de transações em dezembro/2024*

* Variação entre dezembro/2023 e dezembro/2024.
** 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 (dezembro/2024)

Serviços lideraram alta nos gastos com cartões de crédito em dezembro. Consumo de vestuário, óticas e acessórios ficou estável

Já em valor transacionado, a alta foi generalizada e também foi liderada pelo crescimento dos gastos com serviços, incluindo: *serviços especializados**; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; estética e cabeleireiros.* Outros destaques positivos envolveram gastos com *livrarias; higiene pessoal e cosméticos; eletroeletrônicos, móveis e decoração*.

Na lanterna do ranking, gastos vestuário, óticas e acessórios se mantiveram praticamente estáveis entre dezembro/2023 e dezembro/2024.

Evolução do valor das transações em dezembro/2024*

* Variação entre dezembro/2023 e dezembro/2024.
** 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).

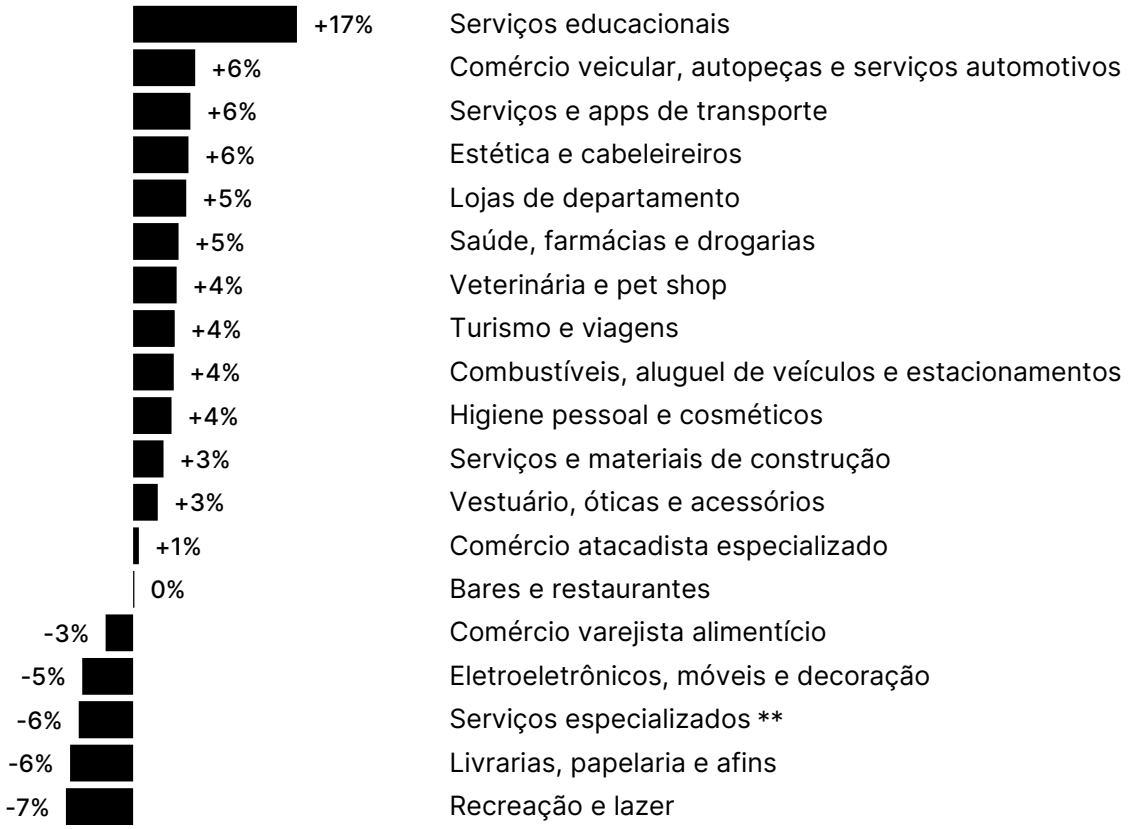
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (dezembro/2024)

Maiores altas no valor médio transacionado em dezembro/2024 envolveram serviços educacionais, comércio automotivo, transporte, estética e lojas de departamento

Parcela representativa dos segmentos apresentou incremento no valor médio transacionado com cartões de crédito em dezembro, incluindo: *serviços educacionais, comércio automotivo; serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; lojas de departamento*; entre outros.

Em contraste, houve queda no valor médio gasto com: *recreação e lazer; livrarias, papelarias e afins; serviços especializados; eletroeletrônicos, móveis e decoração; além de comércio varejista alimentício.*

Evolução do valor médio por transação em dezembro/2024*



* Variação entre dezembro/2023 e dezembro/2024.
** 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).

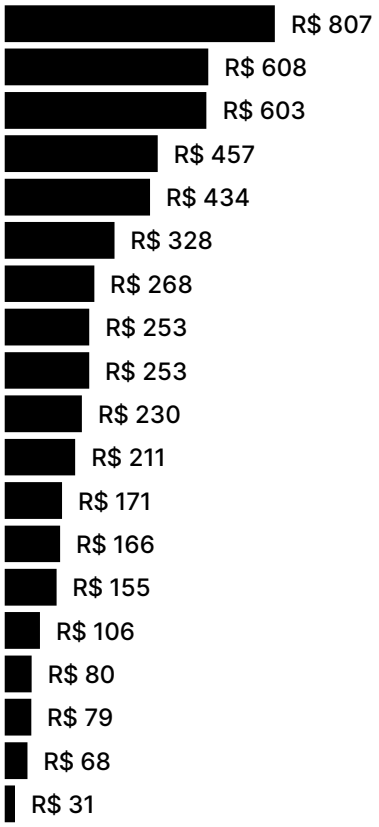
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (dezembro/2024)

Apesar do desempenho, turismo e viagens liderou valor médio dos gastos com cartões de crédito em dezembro (R$ 807 por transação)

Considerando os gastos com cartões de crédito em dezembro/2204, os maiores valores médios por transação foram registrados nos segmentos: *turismo e viagens; comércio automotivo; serviços educacionais; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção; veterinária e pet shop;* 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 em dezembro/2024*



R$ 807	Turismo e viagens
R$ 608	Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
R$ 603	Serviços educacionais
R$ 457	Eletroeletrônicos, móveis e decoração
R$ 434	Serviços e materiais de construção
R$ 328	Veterinária e pet shop
R$ 268	Lojas de departamento
R$ 253	Comércio atacadista especializado
R$ 253	Vestuário, óticas e acessórios
R$ 230	Serviços especializados **
R$ 211	Estética e cabeleireiros
R$ 171	Recreação e lazer
R$ 166	Higiene pessoal e cosméticos
R$ 155	Saúde, farmácias e drogarias
R$ 106	Combustíveis, aluguel de veículos e estacionamentos
R$ 80	Livrarias, papelaria e afins
R$ 79	Comércio varejista alimentício
R$ 68	Bares e restaurantes
R$ 31	Serviços e apps de transporte

* Variação entre dezembro/2023 e dezembro/2024.
** 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).

Principais diferenciais do consumo com Cartões de Crédito em dezembro/2024

Ao largo de características estruturais do consumo, as especificidades dos gastos de dezembro, atreladas ao Natal e às festas de fim de ano, resultam em uma redistribuição marginal das transações, em termos de perfil, meio e segmento.

Na comparação com 4Q2024 e 2024, o padrão de consumo de dezembro/2024 foi ligeiramente enviesado para compras à vista e presenciais, com destaque para uma participação marginalmente maior em alimentação*, vestuário, óticas e acessórios.

Participação no valor gasto do período	Dez/2024	4Q2024	2024
Crédito à vista	54%	53%	53%
Crédito parcelado	46%	47%	47%
Compras presenciais	72%	70%	70%
Canais digitais e *e-commerce*	28%	30%	30%
Alimentação*	21%	20%	19%
Transporte e mobilidade**	8%	8%	8%
Vestuário, óticas e acessórios	10%	9%	8%
Lojas de departamento	5%	5%	5%
Materiais de construção	5%	6%	6%
Eletroeletrônicos	3%	3%	3%
Turismo e viagens	3%	3%	3%
Móveis e decoração	2%	2%	2%
Livrarias, papelarias e afins	1%	1%	1%

* Inclui comércio varejista alimentício, bares e restaurantes.
** Abrange venda de combustíveis, aluguel de veículos, estacionamentos, serviços e *apps* de transporte.

3 4 5 6

Balanço de 2024

Avaliação final dos números e indicadores consolidados do ano recém encerrado, tendo por base os dados de transações efetivadas com cartões de crédito Elo.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito (2024)

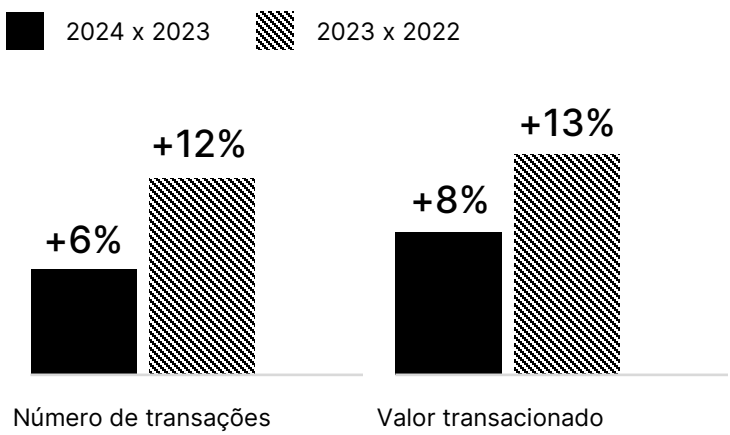
Balanço revela crescimento de 8% nos gastos com cartões de crédito em 2024. Em 2023, crescimento havia sido de 13%

No balanço anual, os resultados agregados de 2024 indicaram um desempenho positivo dos gastos com cartões de crédito em relação a 2023, abrangendo uma alta de 6% no número de transações efetivadas e de 8% no valor transacionado.

Por outro lado, foi possível evidenciar uma clara desaceleração do crescimento em relação ao resultado entre 2022 e 2023. Nesse horizonte temporal, o crescimento apurado nos gastos com cartões de crédito foi de 12%, no número de transações, e de 13%, no valor transacionado.

O valor médio das transações efetivadas registrou uma elevação de 2% entre 2023 e 2024, passando de R$ 144 para R$ 146. O resultado é inferior à variação acumulada pelo IPCA/IBGE nesse horizonte (+4,83%).

Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$146 +2% ↑
Média em 2024

R$144 +1% ↑
Média em 2023

Comportamento do consumo por grupos de renda (2024)

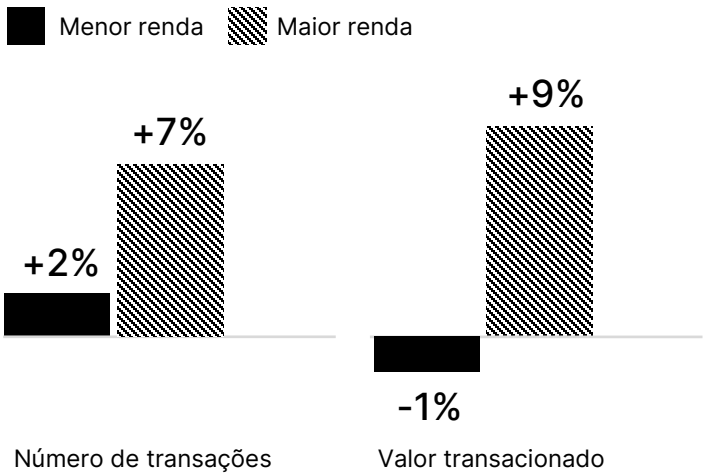
Mesmo com cenário de emprego e renda mais favorável, diferenças no consumo com cartões de crédito entre grupos de renda foi mais explícita no contexto anual

Ainda de acordo com o balanço anual, as diferenças entre os grupos de maior e menor renda foram bastante explícitas em 2024.

No caso do público de maior poder aquisitivo, as transações cresceram 7%, ao passo que os gastos avançaram 9% no ano. No caso dos consumidores com menor renda, a alta em volume foi de 2%, em paralelo a uma retração de 1% no valor gasto com cartões de crédito.

O valor médio gasto por transação junto ao público de maior renda (R$ 156), além de maior, também apresentou crescimento (+2%), divergindo dos resultados anuais do público de menor renda (R$ 111 e -2%).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$111 -2% ↓
Público de menor renda

R$156 +2% ↑
Público de maior renda

* Valor médio (R$) em 2024.
Variação (%) entre 2023 e 2024.

Gastos por meio digital e meio presencial (2024)

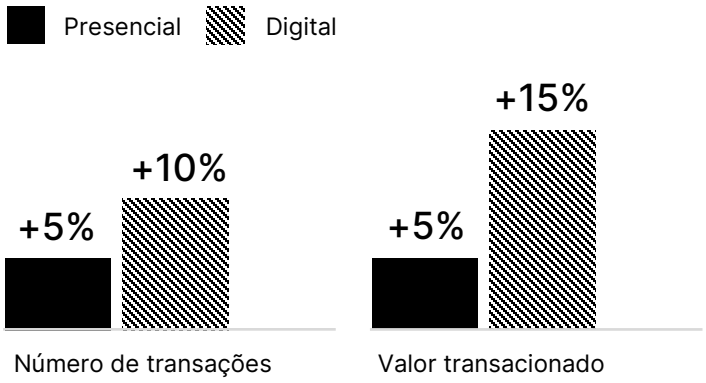
Digital cresce o dobro do presencial, em número de transações, e o triplo, em valor gasto com cartões de crédito

Comparando-se o desempenho dos gastos com cartões de crédito entre meios e canais, o balanço anual de 2024 destaca a prevalência do digital e do *e-commerce.*

De acordo com os números mais recentes, houve um aumento de 10% no número de transações efetivadas em canais digitais (o dobro dos 5% nas transações presenciais), enquanto o valor total transacionado cresceu 15% (três vezes mais que a variação identificada para o consumo presencial).

O valor médio por transação digital em 2024 (R$ 181) foi 34% superior à média identificada nos gastos presenciais (R$ 135), contando também com um crescimento de 5% em relação à cifra identificada em 2023.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$135 ~0% •
Presencial

R$181 +5% ↑
Digital

* Valor médio (R$) em 2024.
Variação (%) entre 2023 e 2024.

Uso de cartões de crédito para compras à vista e parceladas (2024)

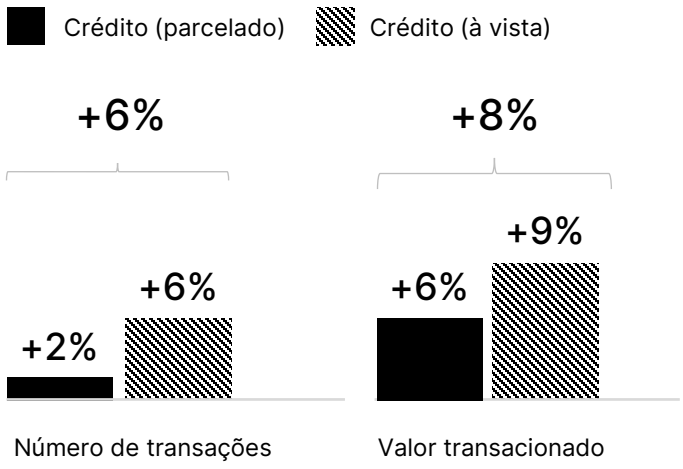
Crescimento de pagamento à vista chega a 9% no ano e supera desempenho de gastos parceladas com cartões de crédito

Respondendo por 88% das transações e 53% do valor gasto com cartões de crédito, os pagamentos à vista exibiram um aumento de 6%, em número de transações efetivadas, e de 9%, em termos de valores transacionados.

Comparativamente, o número de transações parceladas cresceu apenas 2%, enquanto os respectivos gastos avançaram 6%, em valor.

Também no balanço anual, o valor médio gasto por transação efetivada à vista foi de R$ 87, enquanto nas compras parceladas o valor médio foi de R$ 594. Em termos de variação anual, ambos cresceram em relação às médias de 2023 (+2% e 4%, respectivamente).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$146 +2% ↑

Crédito (agregado)

R$594 +4% ↑

Crédito (parcelado)

R$87 +2% ↑

Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 2024.
Variação (%) entre 2023 e 2024.

Destaques em número de transações efetuadas com Cartões de Crédito (2024)

Alta anual nas transações com cartões de crédito foi liderada por cuidados pessoais, mobilidade, bares, restaurantes e recreação

Considerando o balanço anual, houve crescimento das transações efetivadas com cartões de crédito em 2024 nos seguintes segmentos: *estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; recreação e lazer; eletroeletrônicos, móveis e decoração; veterinária e petshop;* entre outros.

Em contrapartida, houve um menor número de transações com *serviços educacionais e especializados** e lojas de departamento.*
No caso de *comércio atacadista, turismo e viagens,* não houve mudanças entre os dois anos.

Evolução do número de transações em 2024*

* Variação entre 2023 e 2024.
** 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 (2024)

Segmentos que se destacaram em 2024 pela expansão dos gastos envolveram cuidados com pets, cuidados pessoais e mobilidade

Sob a ótica dos valores transacionados com cartões de crédito Elo, a expansão observada foi abrangente entre os dois anos: 2023 e 2024.

Na liderança do balanço anual, com crescimento superior a 10%, incluíram-se os seguintes segmentos: *veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; higiene pessoal e cosméticos; livrarias, papelarias e afins; bares e restaurantes.*

No caso de *turismo e viagens*, não houve alteração no comparativo interanual.

Evolução do valor transacionado em 2024*

* Variação entre 2023 e 2024.

** 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 (2024)

Principais segmentos com aumentos no valor médio por transação incluíram serviços educacionais e especializados**, cuidados com pets, eletroeletrônicos e comércio automotivo

No campo do valor médio por transação, o balanço anual revela que os maiores aumentos abrangeram segmentos como: *serviços educacionais; veterinária e pet shop; serviços especializados; eletroeletrônicos, móveis e decoração; comércio automotivo; turismo e viagens*; vestuário, óticas e acessórios; lojas de departamento; entre outros.

No caso negativo, houve redução no valor médio das transações efetivadas na compra em livrarias, papelarias e afins, além de materiais de construção.

Evolução do valor médio por transação em 2024*

* Variação entre 2023 e 2024.

** 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).

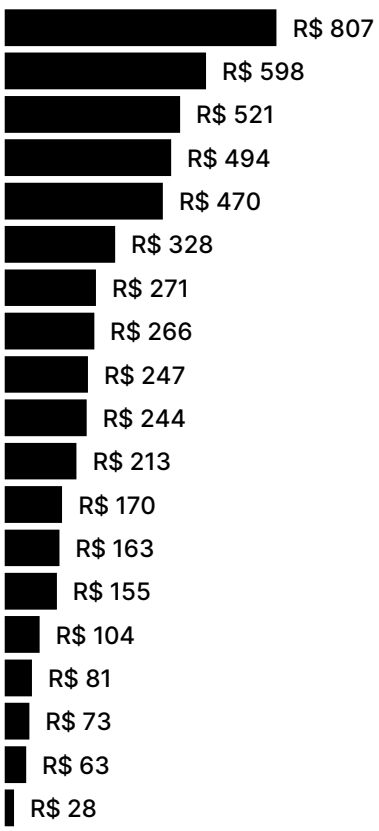
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito (2024)

Turismo e viagens, comércio automotivo, educação e eletroeletrônicos lideram *ranking* de valor médio no balanço final de 2024

Graças às características e padrões estruturais de mercado, que costumam determinar o valor agregado de produtos e serviços ofertados na economia brasileira, os maiores valores médios por transação de 2024 foram identificados em: *turismo e viagens; comércio automotivo; serviços educacionais; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção.*

Em contrapartida, os menores valores médios foram apurados em: *serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; comércio varejista alimentício, livrarias e papelarias.*

Valor médio por transação em 2024*



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

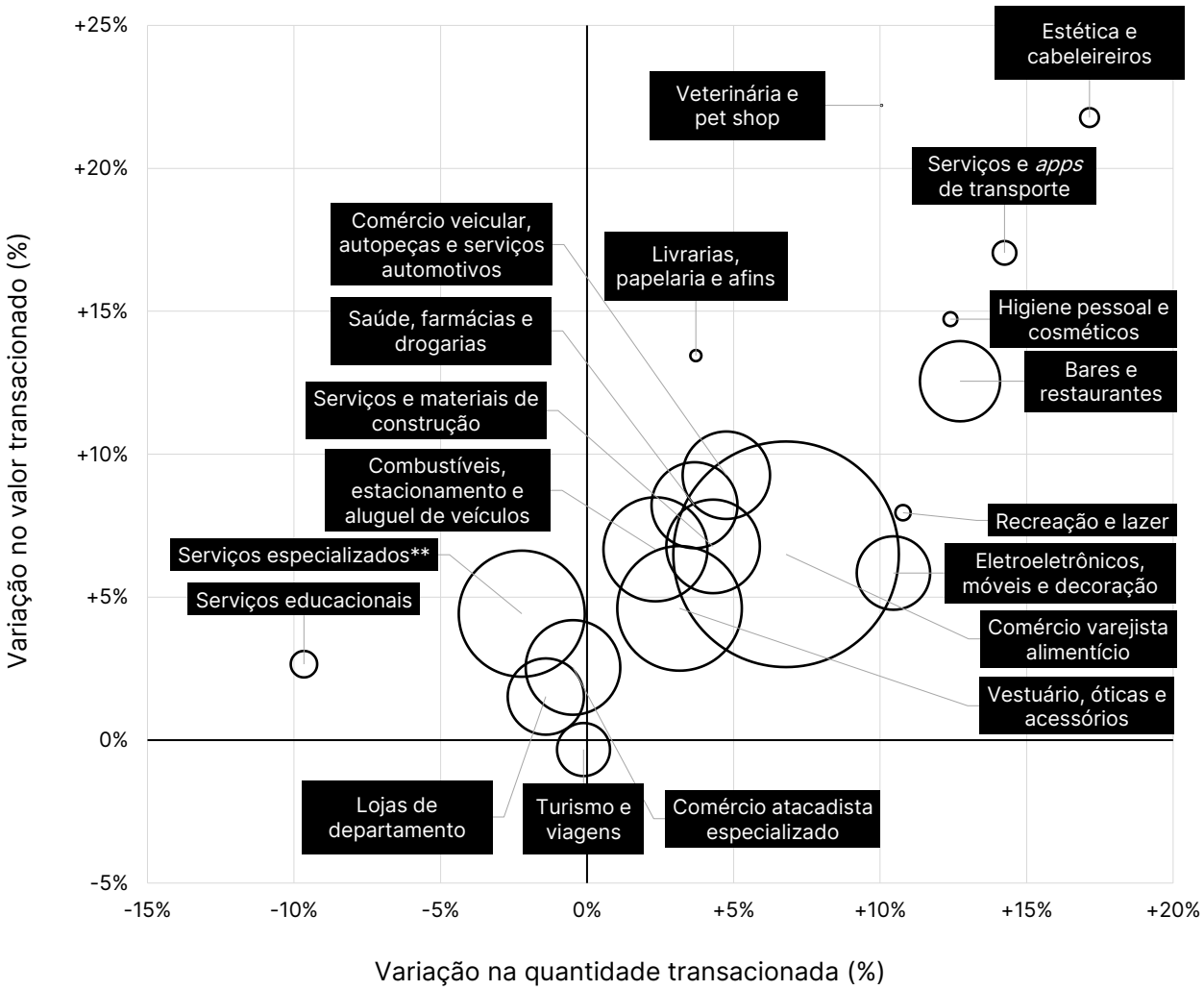
* Valor médio no 2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques de 2024 (Crédito)

No gráfico, 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 Elo em 2024.

Em especial, os destaques do balanço anual, identificados no quadrante superior direito do gráfico a seguir; envolveram os seguintes segmentos: *estética e cabeleireiros; veterinária e pet shop; serviços e apps de transporte; higiene e cosméticos; livrarias, papelarias e afins; bares e restaurantes.*

Desempenho agregado por segmento em 2024*



Legenda : Largura das “bolhas” representa a participação relativa do segmento nos gastos de 2024

* Variação entre 2023 e 2024.

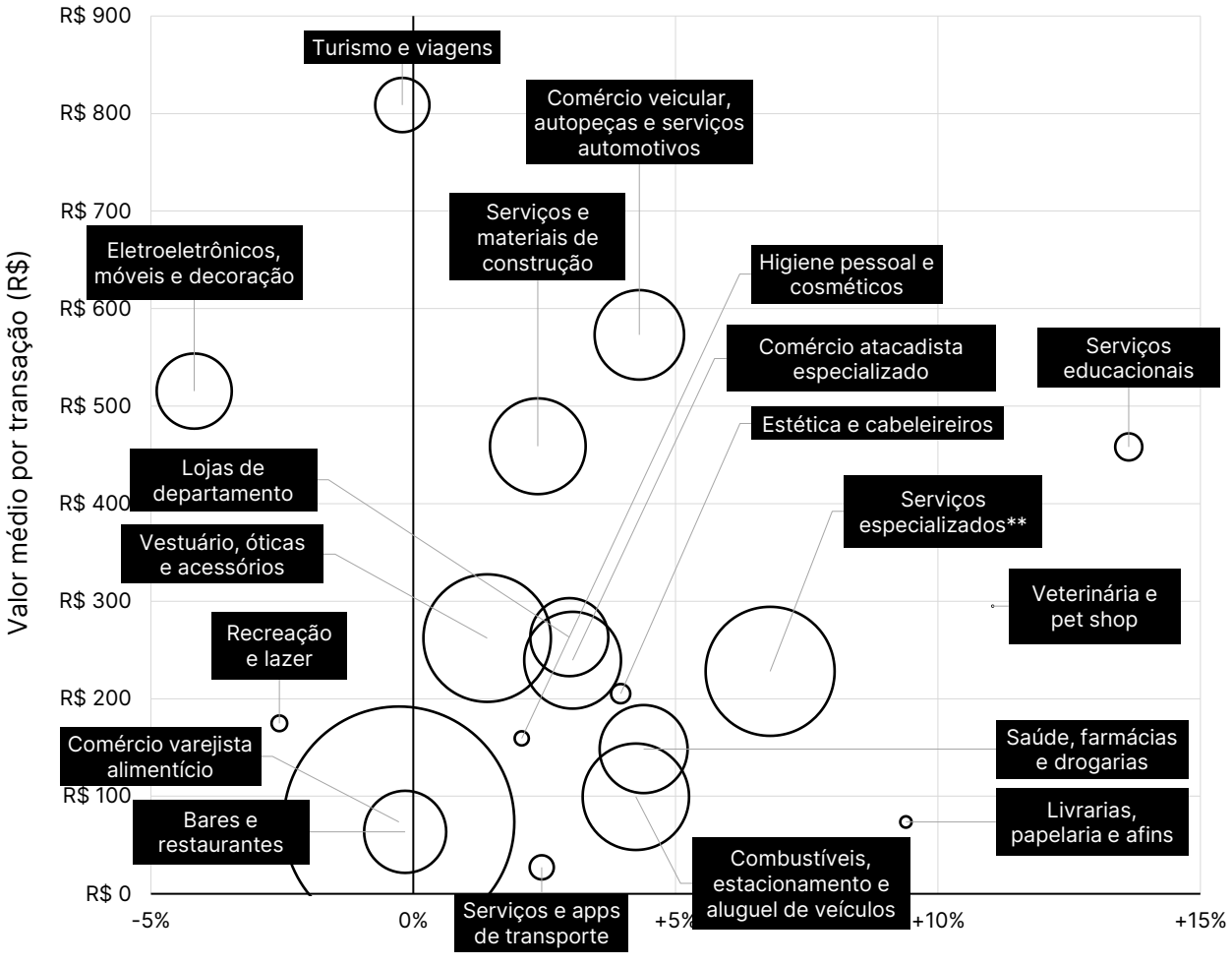
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques de 2024 (Crédito)

Já na apresentação desta página, é possível identificar os segmentos de acordo com os valores médios por transação em 2024 (eixo vertical) e o desempenho em relação a 2023 (eixo horizontal).

A posição de cada segmento combina características estruturais, relacionadas ao valor agregado dos produtos e serviços ofertados, e aspectos de custo e de mercado, incluindo a hábitos de consumo e a própria inflação, que influem no comportamento dos preços entre dois recortes temporais.

Nível e variação do valor médio por transação em 2024*



Legenda : Largura das "bolhas" representa a participação relativa do segmento nos gastos de 2024

* Valor médio em 2024. Variação entre 2023 e 2024.

** 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

Considerações finais

Insights, tendências e oportunidades emergentes para 2025

Insights, tendências e oportunidades emergentes para 2025

O desempenho expressivo do comércio varejista e de serviços no 4Q2024, impulsionado por eventos como a Black Friday, as compras de Natal e as celebrações de Ano Novo, traz lições valiosas para as empresas, incluindo varejistas e prestadores de serviços.

Mais do que um período de alta sazonalidade, os resultados reforçam tendências e oportunidades que podem ser decisivas para o sucesso de estratégias a serem postas em prática no decorrer do ano de 2025.

Um dos principais aprendizados está na importância crescente dos cartões de crédito e das tecnologias de pagamento digital. Esses meios não apenas facilitaram as transações, mas também criaram novas possibilidades de engajamento com os consumidores, como o uso de *cashback*, programas de ponto e de fidelidade, além de pagamentos *contactless*.

Para 2025, é possível que as empresas que conseguirem integrar essas soluções aos seus canais de venda, oferecendo conveniência e benefícios adicionais, tenham uma vantagem competitiva significativa frente à concorrência.

Outro ponto de destaque é a consolidação do e-commerce e do *omnichannel* como pilares das vendas. Os consumidores estão cada vez mais exigentes e buscam experiências de compra integradas e personalizadas. Oferecer opções como retirada em loja, entregas rápidas e canais digitais responsivos será essencial para conquistar e fidelizar clientes frente a uma concorrência cada vez mais intensa.

Em certa medida, o desafio será alinhar essas experiências com campanhas que conectem emoção, relevância e valor ao público. Exemplos como comércio de vestuário, eletroeletrônicos e varejo alimentício, a força das datas comemorativas seguem em evidência no mercado brasileiro, a despeito dos desafios.

No entanto, em 2025, campanhas que se conectem com valores como sustentabilidade e impacto social terão um apelo ainda maior. Consumidores estão atentos à responsabilidade das marcas e esperam que suas escolhas de consumo reflitam seus valores. Isso abre espaço para estratégias que combinem ofertas atraentes com propósitos claros e genuínos.

Para as áreas de vendas, um ponto central será o uso de dados e inteligência de mercado para antecipar tendências e melhorar a performance. O comportamento observado em 2024 mostra que empresas capazes de interpretar dados de consumo em tempo real, ajustando rapidamente estoques e estratégias, são mais resilientes e eficazes para impulsionar vendas.

Exemplos como ferramentas de CRM e automação de *marketing*, aliadas ao uso inteligente de dados de mercado – como aqueles que produzimos na Elo - serão indispensáveis para gerar vantagens competitivas que se traduzam em resultados reais, seja em termos de desempenho das vendas, seja no campo da satisfação dos consumidores com produtos e serviços.

Por fim, o desenvolvimento de uma cultura de educação financeira junto aos consumidores pode ser um diferencial importante. Ao promover um uso consciente do crédito e oferecer ferramentas que ajudem os clientes a planejarem suas compras, as empresas não apenas fidelizam consumidores, mas também fortalecem sua reputação de mercado.

Com tantas oportunidades no horizonte, 2025 promete ser um ano dinâmico para o comércio e os serviços. Empresas e profissionais que souberem inovar, acompanhar as mudanças no comportamento do consumidor e adaptar-se às transformações tecnológicas terão um papel de destaque no cenário que se desenha.

Expediente

Coordenação

Mirian Pereira Priosti Malago
Rafael Vasconcellos Cunha Bueno

Colaboradores

Danilo Rodrigues de Oliveira
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 dezembro 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