Elo Hábitos de Consumo

Q03 | 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

Um novo olhar para os cartões de crédito como meio de pagamento

De acordo com balanço recente da Associação Brasileira de Empresas de Cartões e Serviços (ABECS), os brasileiros realizaram 22,1 bilhões de transações com cartões entre janeiro e junho de 2024: média de 120 milhões de pagamentos por dia. O número correspondeu ao maior volume já registrado em um primeiro semestre pela associação.

Ainda de acordo com a ABECS, o cartão de crédito foi a modalidade com maior valor transacionado no semestre, com R$ 1,3 trilhão (alta de 14,3% na comparação interanual), seguido pelo cartão de débito, com R$ 486,2 bilhões (-0,2%), e pelo cartão pré-pago, que movimentou R$ 181,5 bilhões (+24,8%). Em número de operações, o crescimento foi de 12,4%, totalizando 9,5 bilhões de pagamentos realizados).

O cenário econômico certamente responde por uma parcela importante dos números: o crescimento acima das expectativas tem sido respaldado mês a mês pelos índices de atividade econômica, pelo aumento da renda das famílias, assim como pela retração da taxa de desocupação para níveis mínimos. Os dados andam de mãos dados com os resultados do varejo e dos serviços, que acumulam variações positivas em recortes temporais mais longos – reflexo do aumento da confiança do empresariado e consumidores.

Nesse contexto, o aumento da penetração dos cartões de crédito tem se dado em paralelo a mudança importantes nos hábitos de consumo e nas formas de uso desse meio de pagamento.

Em certa medida, ele deixou de ser utilizado predominantemente como uma forma de acesso ao crédito bancário para compras maiores ou emergenciais e se tornou um meio de pagamento frequente para despesas cotidianas, ajudando os consumidores a gerenciar suas finanças, aproveitar ofertas e garantir segurança e conveniência em suas compras e despesas diárias.

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 – setembro/2024

Essa transformação está associada a diversos fatores. Um dos principais é a conveniência e a flexibilidade que o cartão de crédito oferece. Cada vez mais, os brasileiros optam por utilizá-lo em compras de supermercados, farmácias e postos de gasolina, substituindo o dinheiro em espécie. A possibilidade de adiar o desembolso dessas compras até o vencimento da fatura permite ao consumidor manter seu saldo disponível na conta corrente por mais tempo, o que proporciona maior controle do fluxo de caixa. Assim, o cartão de crédito oferece uma maneira eficiente e flexível de gerenciar o orçamento mensal.

Outro fator que impulsiona esse comportamento é a cultura do parcelamento sem juros, muito comum no Brasil. Mesmo compras de baixo valor podem ser divididas em parcelas, permitindo que os consumidores diluam seus gastos ao longo dos meses sem acréscimo de juros. Isso faz com que o cartão seja visto como uma ferramenta financeira útil para o dia a dia, e não apenas para compras de alto valor.

A evolução da bancarização e da inclusão digital no país também desempenhou um papel importante nessa mudança. Com mais brasileiros tendo acesso a contas bancárias e a serviços financeiros, o uso do cartão de crédito tornou-se mais acessível para as compras cotidianas. Além disso, inovações tecnológicas, como os pagamentos por aproximação (NFC) e as carteiras digitais, facilitaram ainda mais o uso rápido e seguro do cartão para transações menores, aumentando sua atratividade.

Além da conveniência, muitos consumidores são atraídos pelos benefícios associados ao uso frequente do cartão de crédito. Programas de fidelidade, *cashback* e recompensas por gastos incentivam o uso do cartão em todas as compras, inclusive as rotineiras. Com essas mudanças, o cartão de crédito passou a ser percebido como mais do que apenas uma ferramenta de acesso ao crédito bancário.

Os resultados apresentados na mais nova edição da publicação *Hábitos de Consumo* colaboram para compreender as mais recentes dinâmicas e tendências que têm orientado o uso dos cartões de crédito pela população – seja ela de maior ou menor poder aquisitivo, por meio presencial ou eletrônico, à vista ou através do pagamento parcelado.

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 – setembro/2024

Sumário

1 **Contexto econômico** 07

Análise dos principais *drivers* econômicos que influenciaram o consumo no 3Q2024, abrangendo temas como inflação, mercado de trabalho, taxas de juros, endividamento, inadimplência, confiança, varejo e serviços.

2 **Destaques do 3Q2024: Cartões de Crédito** 11

Evolução e mudanças em destaque no perfil de consumo no 3Q2024, revelados por números e indicadores baseados em dados transacionais dos cartões de crédito Elo.

3 ***Perfil de consumo*: Público de Maior Renda** 23

Análise de números e indicadores do consumo no 3Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito pelo público com perfil de maior poder aquisitivo.

4 **Perfil de consumo: Público de Menor Renda** 33

Análise de números e indicadores do consumo no 3Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito pelo público com perfil de menor poder aquisitivo.

5 ***Perfil de consumo*: Meio Digital** 43

Análise de números e indicadores do consumo no 3Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para compras e pagamentos digitais (*e-commerce*).

6 ***Perfil de consumo*: Meio Presencial** 54

Análise de números e indicadores do consumo no 3Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para efetuar compras e pagamentos de forma presencial.

7 *Perfil de consumo*: Crédito Parcelado 65

Análise de números e indicadores do consumo no 3Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para efetivar compras e pagamentos parceladas.

8 *Perfil de consumo*: Crédito à Vista 76

Análise de números e indicadores do consumo no 3Q2024, relacionados ao uso de cartões de crédito para compras e pagamentos efetivados à vista.

9 Considerações finais 87

Insights, tendências e oportunidades emergentes para o restante de 2024.

1 2 3 4

Contexto econômico

Análise dos principais *drivers* econômicos que influenciaram o consumo no 3Q2024, 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 0,44% em setembro de 2024, acelerando em relação ao resultado anterior (-0,02%).

Dos nove grupos de produtos e serviços pesquisados pelo IBGE, sete tiveram alta em setembro de 2024. Os maiores impactos vieram da habitação (+1,80%) e alimentação e bebidas (+0,50%). Os demais grupos ficaram entre o -0,31% (despesas pessoais) e +0,46% (saúde e cuidados pessoais).

Comparativamente, o IPCA acumula uma alta de 3,31% no ano (até setembro), enquanto nos últimos 12 meses, o índice exibiu um inflação ao consumidor de 4,42%. Em particular, considerando o acumulado no ano, as maiores altas foram observadas em educação (6,58%), saúde e cuidados sociais (+5,35%), habitação (+3,71%) e alimentação e bebidas (+3,71%).

Mercado de trabalho

De acordo com a Pnad Contínua Mensal (IBGE), a taxa de desocupação da economia brasileira recuou para 6,4% no trimestre móvel encerrado em setembro de 2024. Foi a segunda menor taxa de desocupação da série histórica, iniciada em 2012, perdendo apenas para o trimestre encerrado em dezembro de 2013 (6,3%).

A última atualização da pesquisa revela que a população ocupada cresceu 1,2% no trimestre e 3,2% no ano, estabelecendo novo recorde da série histórica da pesquisa (103 milhões). Além disso, o número de empregados do setor privado (53,3 milhões) também foi recorde no período, impulsionado pelos contingentes de empregados ocupados com carteira assinada (30,0 milhões) e sem carteira assinada (14,3 milhões).

O rendimento médio real das pessoas ocupadas no trimestre encerrado em setembro foi de R$ 3.227, o que representou uma estabilidade no trimestre e uma alta de 3,7% na comparação anual. Como resultado, a massa de rendimentos da economia chegou a R$ 327,7 bilhões no trimestre, com um crescimento anual de 7,2%.

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 apresentou um saldo de 247,8 mil novos postos de trabalho com carteira assinada em setembro de 2024. No ano, o saldo acumulado chega a 1,98 milhão de novos vínculos. Já nos últimos 12 meses, o resultado é de 1,84 milhão novas vagas formais.

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

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 (setembro de 2024), feita de forma unânime, COPOM optou por elevar a taxa básica de juros em 0,25 ponto (de 10,5% para 10,75%). É a primeira alta desde agosto de 2022, quando a taxa subiu de 13,25% para 13,75% ao ano. Nas reuniões de setembro e julho, o Copom decidiu manter a taxa básica em 10,5% ao ano.

No campo da inadimplência, o cenário ainda é bastante desafiador. O Indicador de Inadimplência realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) aponta que quatro em cada dez brasileiros adultos (40,91%) estavam negativados em setembro de 2024 (o que representa cerca de 67,54 milhões de consumidores).

Sobre o tema, dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o percentual de famílias com dívidas diminuiu para 78% em agosto, abaixo dos 78,5% observados em julho, mas ainda superior ao índice de 77,4% de agosto de 2023.

Confiança dos consumidores

De acordo com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV Ibre), o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) subiu 0,2 ponto em setembro, para 97,0 pontos, nível semelhante ao registrado no início de 2014, antes do início da recessão.

Nas avaliações sobre o cenário atual, o indicador que mede a satisfação sobre a situação econômica local atingiu o maior nível desde julho de 2014 (95,1 pontos).

Segundo a instituição, o movimento foi reflexo da continuidade de fatores positivos na economia, concomitante a um cenário desafiador ao consumidor com juros, nível de endividamento e inadimplência elevados. A análise por faixas de renda mostrou resultados heterogêneos, contando com o aumento da confiança dos consumidores das faixas mais baixas, influenciados pela melhora na percepção sobre a situação atual, e queda nas faixas mais altas, muito em razão da piora das expectativas futuras.

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 agosto de 2024, as vendas no comércio varejista no Brasil variaram negativamente 0,3% na comparação com o mês anterior, quando haviam crescido 0,6%. Em 2024, o varejo acumula alta de 5,1%. Comparativamente, o acumulado nos últimos 12 meses destacou alta de 4,0% - o que representou o 23º mês consecutivo em terreno positivo.

Em agosto de 2024, na comparação com igual mês do ano anterior, cinco das oito atividades pesquisadas apresentaram resultados positivos: artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (+15,7%), móveis e eletrodomésticos (+6,4%), hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+6,1%), tecidos, vestuário e calçados (+5,8%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (+1,6%). No sentido oposto, a PMS apurou retração nas vendas do varejo com livros, jornais, revistas e papelaria (-7,6%), combustíveis e lubrificantes (-4,6%) e equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-2,8%).

Em relação ao comércio varejista ampliado, observou-se expansão de 3,1% nas vendas frente a agosto de 2023, com altas em duas das três atividades complementares: veículos e motos, partes e peças (+8,3%) e material de construção (+4,5%). O único setor a apresentar queda nas vendas foi o de Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo (-11,5%).

Comparativamente, o volume de serviços prestados no país apresentou retração na passagem de julho para agosto de 2024 (-0,4%). Conforme resultados da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), também conduzida pelo IBGE, o resultado interrompeu interrompendo dois meses seguidos de crescimento.

Na comparação entre agosto de 2023 e agosto de 2024, o setor de serviços apresentou uma expansão de 1,7% - o quinto resultado positivo consecutivo da série. No acumulado do ano, o volume de serviços cresceu 2,7% frente a igual período de 2023, enquanto, nos últimos 12 meses, houve avanço de 1,9% em agosto de 2024, replicando as taxas da PMS registradas em setembro e julho.

O avanço em serviços foi acompanhado por quatro das cinco atividades monitoradas pelo IBGE, e contou com crescimento em 59,0% dos 166 tipos de serviços investigados. Em particular, a maior contribuição veio do setor de informação e comunicação (+6,9%).

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

1 2 3 4 5

Destaques do 3Q2024

Evolução e mudanças em destaque no perfil e hábitos de consumo no 3Q2024, revelados por números e indicadores baseados em dados transacionais dos cartões de crédito Elo

Destaques do 3Q2024: **Cartões de Crédito**

Com base em dados transacionais de compras e pagamentos efetivados através de Cartões de Crédito Elo, esses foram os destaques do 3Q2024*:

+8%

As transações com cartões de crédito Elo cresceram 8% no 3Q2024, mesma taxa registrado para os valores transacionados. O valor médio por transação foi de R$ 143 no período, permanecendo praticamente inalterado.

+9%

O consumo do público de maior renda liderou a expansão dos gastos com cartões de crédito no 3Q2024, com alta de 7% no número de transações efetivadas e de 9%, 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 12% no 3Q2024, o dobro dos 6% nas compras presenciais. O valor médio por transação também foi maior no meio digital (R$ 179 x R$ 132).

+23%

Em valor, houve crescimento nos gastos com: veterinária e *pet shop* (+23%); *serviços e apps de transporte* (+21%); *estética e cabeleireiros* (+17%); *bares e restaurantes* (+17%); *higiene pessoal e cosméticos* (+15%); *livrarias, papelarias e afins* (+12%), entre outros

+21%

Considerando o valor médio por transação, as maiores altas no período abrangeram: *serviços educacionais* (+21%); *livrarias, papelarias e afins* (+13%); *veterinária e pet shop* (+9%); *comércio atacadista especializad*o (+7%); *combustíveis, aluguel de veículos e estacionamentos* (+7%).

+10%

No 3Q2024, as compras efetuadas no crédito à vista cresceram 10%, em valor, acima da alta de 6% no crédito parcelado. O valor médio das compras parceladas, contudo, foi maior (R$607 x R$86) e cresceu mais no período (+6% x +1%).

O pagamento à vista foi mais utilizado em: bares e restaurantes, combustíveis, *apps* e serviços de transporte. Já o parcelado foi mais importante para: comércio automotivo, eletroeletrônicos, móveis, vestuário e lojas de departamento

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 3Q2024

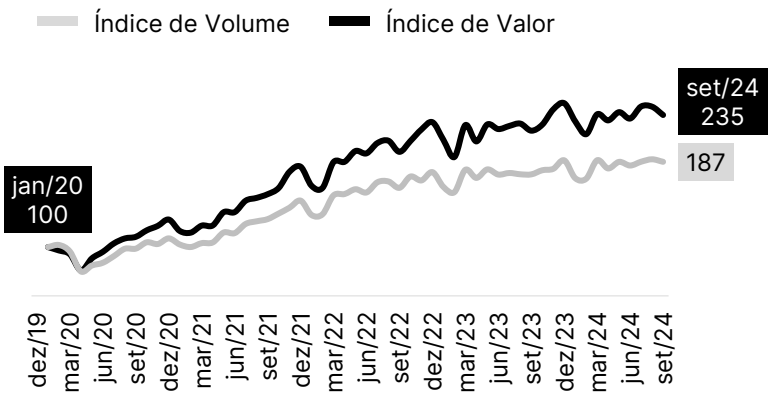
Gastos no crédito cresceram 8%, no 3Q2024, mesma taxa registrada nos últimos 12 meses

O número de transações efetivadas com cartões de crédito Elo cresceu 8% no 3Q2024 em relação ao Q2023. O resultado superou a variação no acumulado em 12 meses (+5%).

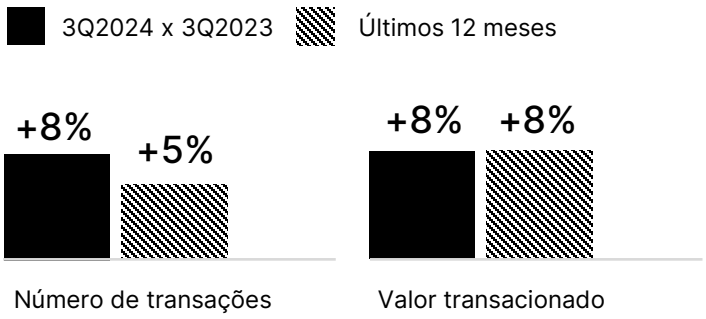
Já o valor transacionado no crédito cresceu 8% no último trimestre*. Nos últimos 12 meses, o crescimento foi equivalente (+8%).

O valor médio não apresentou mudanças entre o 3Q2023 e o 3Q2024 (R$ 143). Em termos comparativos, o valor médio foi de R$ 144 nos últimos 12 meses, contabilizando alta de 2%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$143 ~0% — Média no 3Q2024

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

Comportamento do consumo por grupos de renda

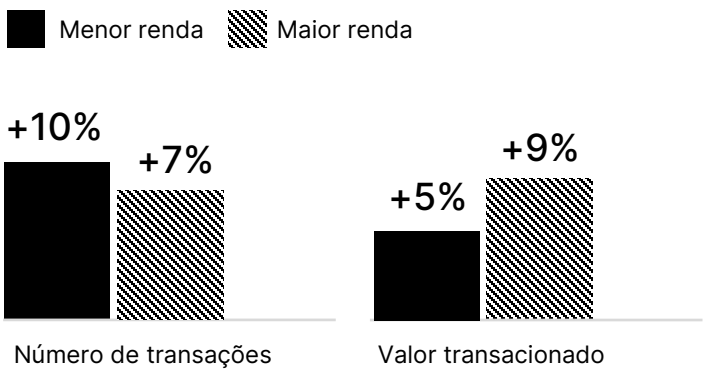
Com alta de 9%, público de maior poder aquisitivo lidera expansão dos gastos com cartões de crédito no último tri

De acordo com os últimos dados disponíveis, o número de transações com cartões de crédito efetuadas pelo público de maior renda cresceram, em média, 10% no 3Q2024. Em valor, a alta registrada nos gastos foi de 9%.

Em contraste, considerando o perfil do público de menor renda, as transações cresceram comparativamente mais em volume (+10%) e menos, em valor (+5%).

As diferenças nos hábitos de consumo com cartões de crédito entre os dois grupos também se refletiram no valor médio gasto no 3Q2024 (R$ 103 x R$ 156). Além disso, o valor médio por transação recuou 5% 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$103 -5% ↓
Público de menor renda

R$156 +2% ↑
Público de maior renda

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Gastos por meio digital e meio presencial

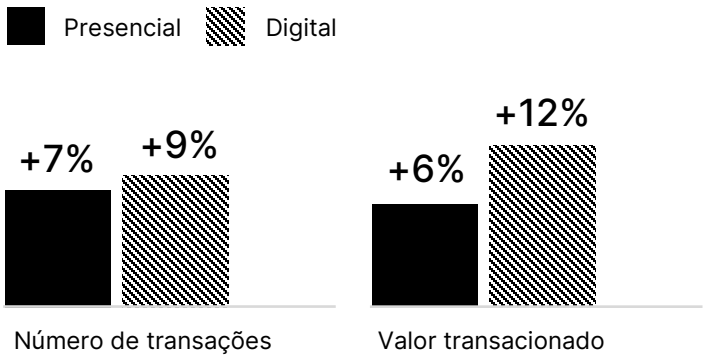
Gastos com cartões de crédito através de meios digitais cresceram 12% no 3Q2024

Os resultados do 3Q2024 revelaram que as compras e pagamentos digitais através de cartões de crédito tiveram um crescimento de 9%, em número, e de 12%, em valor total.

Comparativamente, entre as compras presenciais efetivadas via crédito, o crescimento foi menor, tanto em volume (+7%) quanto em valor (+6%).

O valor médio por transação também foi maior nas compras feitas no crédito por meio digital (R$ 179) em relação ao presencial (R$ 132), além de ter exibido um crescimento de em relação ao 3Q2023 (+3%). No caso das compras presenciais, houve queda de 1%.

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$132 -1% ↓ Presencial

R$179 +3% ↑ Digital

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Uso de cartões de crédito para compras à vista e parceladas

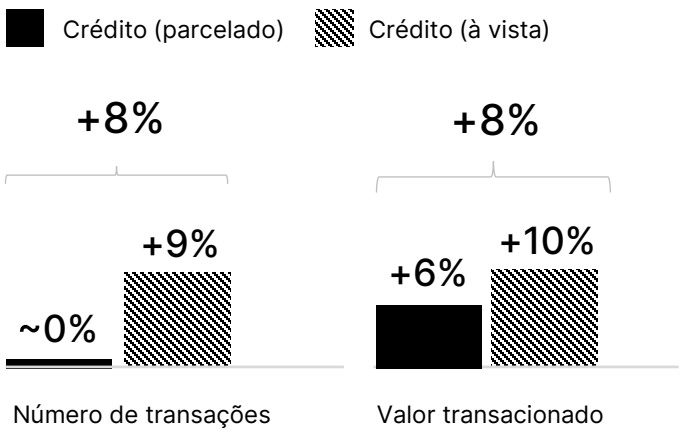
Valor transacionado no crédito à vista cresce 10% no 3Q2024. No parcelado, aumento foi de 6%

Responsável pela maior parte das transações (89%) dos brasileiros com cartões de crédito Elo, a opção de crédito à vista registrou crescimento maior no 3Q2024, seja em volume (+9%) ou em termos de valor transacionado (+10%).

Comparativamente, o número de transações efetivadas no parcelado não apresentou aumento no período, enquanto os gastos cresceram 6%.

Por outro lado, as compras parceladas com cartões de crédito apresentaram um valor médio maior no 3Q2024 (R$ 607 x R$ 86) e cresceram seis vezes mais no período (+6% x +1%).

Número de transações e valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$143 ~0%

Crédito (agregado)

R$607 +6% ↑

Crédito (parcelado)

R$86 +1% ↑

Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Destaques em número de transações efetuadas com Cartões de Crédito

Bares e restaurantes, cuidados pessoais e transporte os lideram alta das transações efetuadas com cartões de crédito no 3Q2024.

Em termos quantitativos, o consumo com cartões de crédito avançou na maior parte das categorias e segmentos analisadas, com destaque para: *bares e restaurantes; estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; veterinária e pet shop; eletroeletrônicos, móveis e decoração; higiene pessoal e cosméticos;* entre outros.

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

Evolução do número de transações no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.

** 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 os destaques nos gastos no crédito do 3Q2024

Já em termos de valor transacionado, os aumentos foram bem abrangentes, contando com os seguintes destaques: *veterinária e pet shop; serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; bares e restaurantes; higiene pessoal e cosméticos; livrarias, papelarias e afins; comércio de veículos e serviços automotivos; serviços especializados**; combustíveis, aluguel de veículos e estacionamentos;* entre outros.

Por outro lado, houve queda no valor transacionado em dois segmentos: *turismo e viagens; e serviços educacionais.*

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.

** 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).

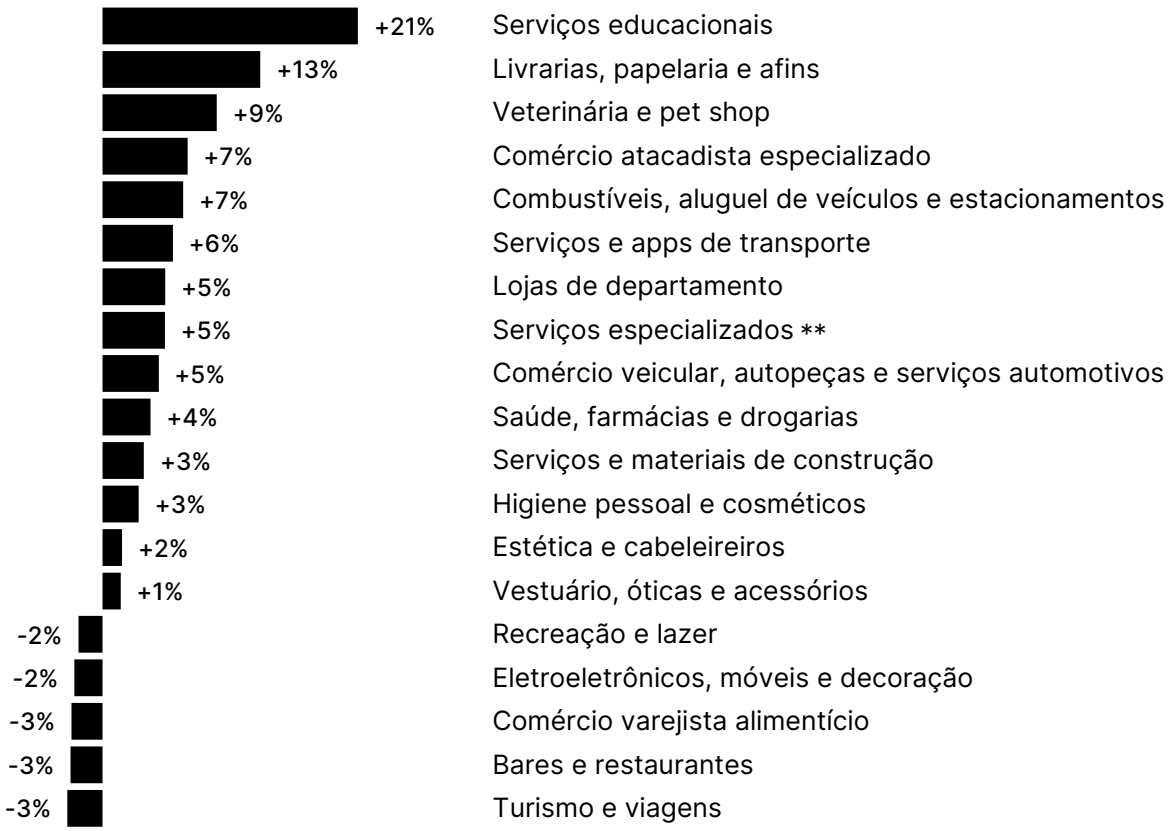
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito

Maiores altas no valor médio transacionado com cartões de crédito foram identificados em serviços educacionais; livrarias e papelarias; cuidados com os pets e atacado especializado

Quase todos os segmentos apresentaram aumento no valor médio por transação*, sendo os maiores em: *serviços educacionais; livrarias, papelarias e afins; veterinária e pet shop; comércio atacadista especializado; combustíveis; serviços e apps de transporte; lojas de departamento;* entre outros.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto com: *turismo e viagens; bares e restaurantes; comércio varejista alimentício, eletroeletrônico, móveis e decorações; recreação e lazer.*

Evolução do valor médio por transação no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.

** 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).

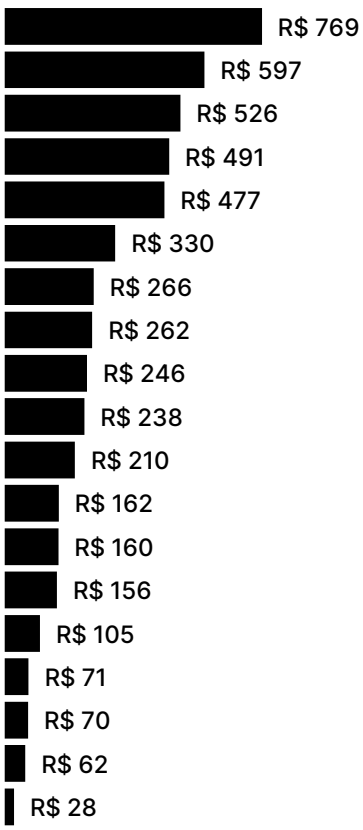
Destaques em valor médio por transação com Cartões de Crédito

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

Considerando os gastos com cartões de crédito no 3Q2024, 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 3Q2024*



R$ 769	Turismo e viagens
R$ 597	Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
R$ 526	Serviços educacionais
R$ 491	Eletroeletrônicos, móveis e decoração
R$ 477	Serviços e materiais de construção
R$ 330	Veterinária e pet shop
R$ 266	Vestuário, óticas e acessórios
R$ 262	Lojas de departamento
R$ 246	Comércio atacadista especializado
R$ 238	Serviços especializados **
R$ 210	Estética e cabeleireiros
R$ 162	Recreação e lazer
R$ 160	Higiene pessoal e cosméticos
R$ 156	Saúde, farmácias e drogarias
R$ 105	Combustíveis, aluguel de veículos e estacionamentos
R$ 71	Livrarias, papelaria e afins
R$ 70	Comércio varejista alimentício
R$ 62	Bares e restaurantes
R$ 28	Serviços e apps de transporte

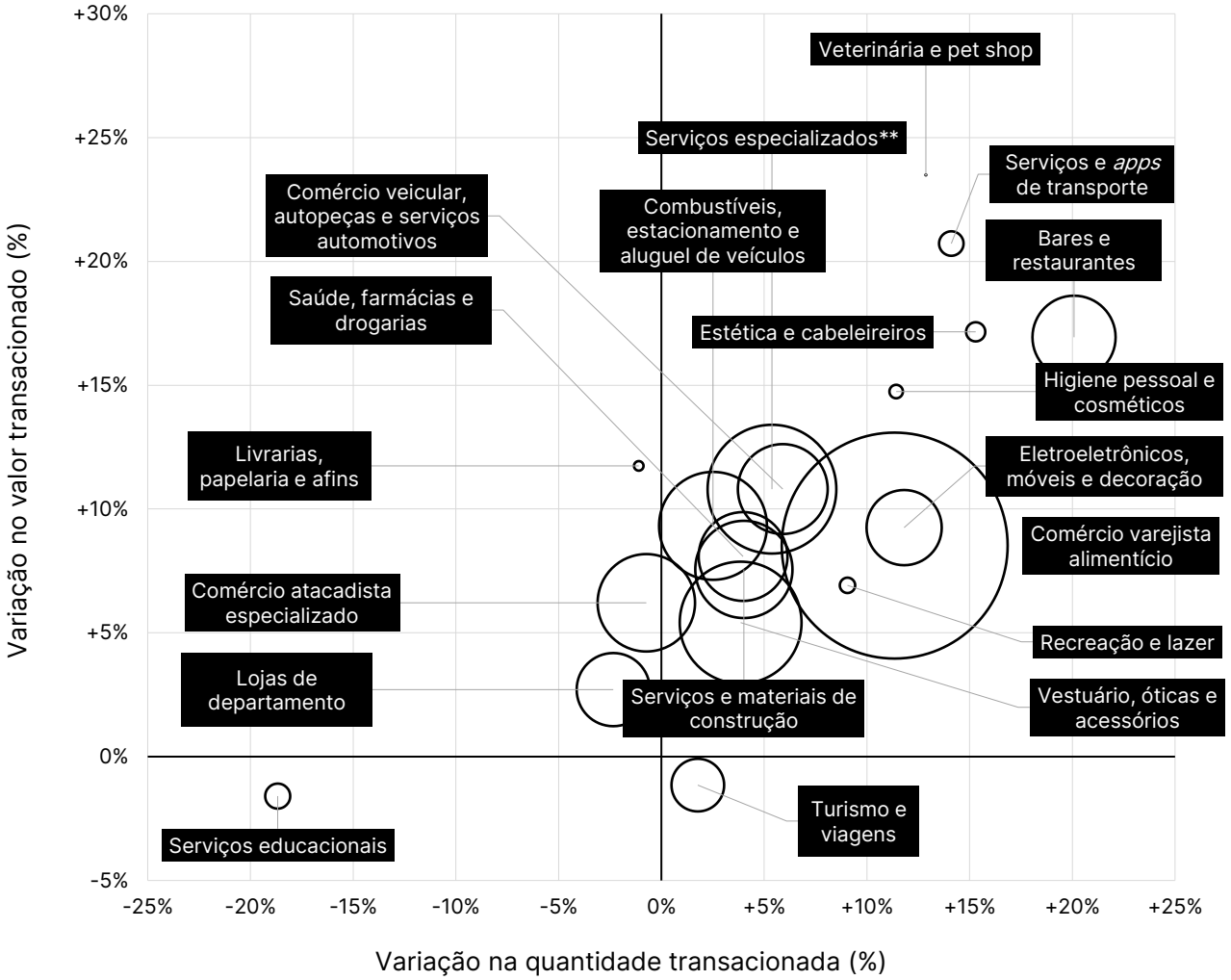
* Valor médio no 3Q2024.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques do 3Q2024 (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.

Em especial, os destaques do período, identificados no quadrante superior direito do gráfico apresentado a seguir; envolveram: *veterinária e pet shop; serviços e apps de transporte; serviços especializados**; bares e restaurantes; estética e cabelereiros; higiene pessoal e cosméticos;* entre outras categorias.

Desempenho agregado por segmento no 3Q2024*



Legenda : Largura das “bolhas” representa a participação relativa do segmento nos gastos do 3Q2024

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.

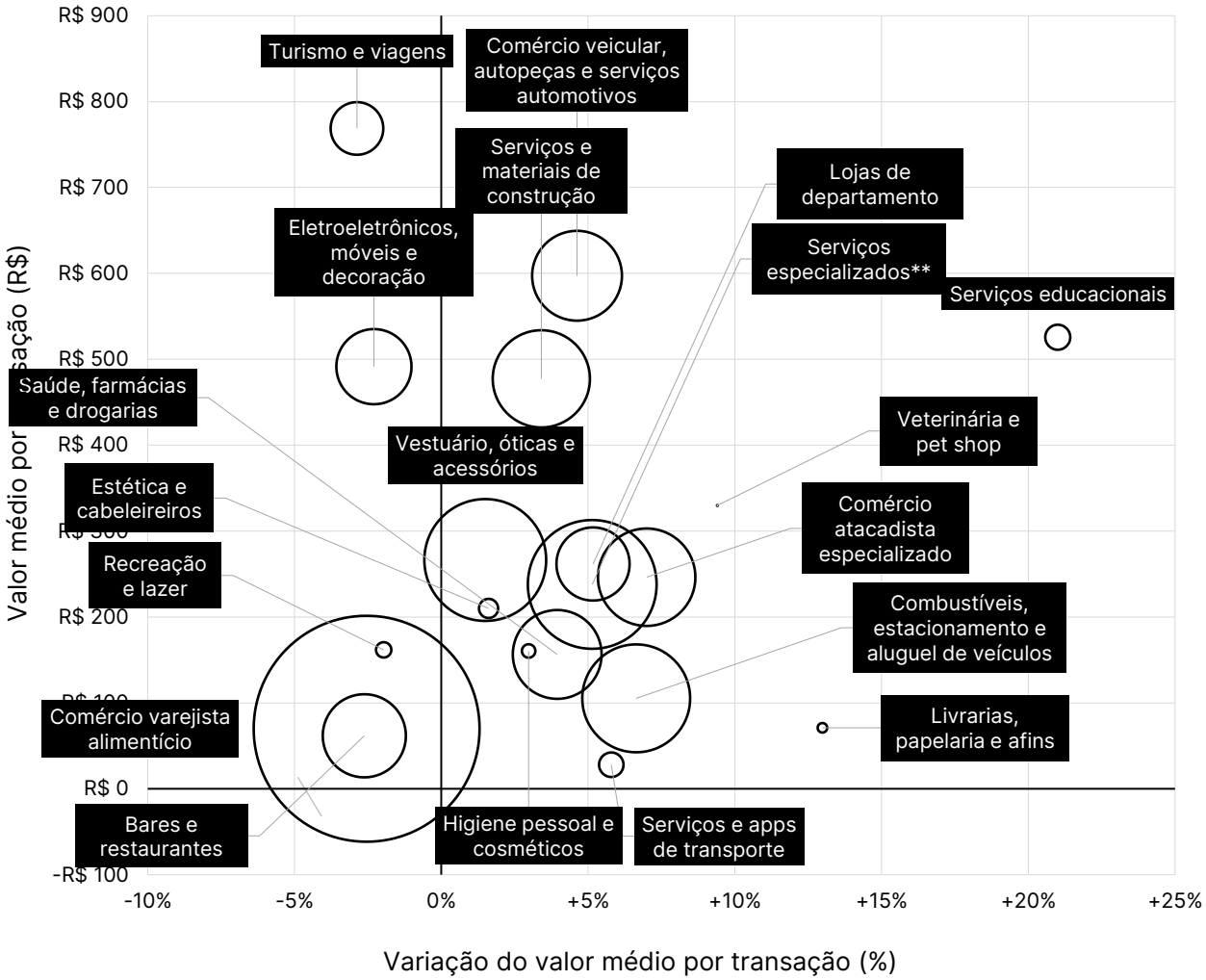
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (por ex. TV a cabo, *streaming,* armazenagem na nuvem, entre outros).

Destaques do 3Q2024 (Crédito)

Já no gráfico abaixo, é possível identificar os segmentos de acordo com os valores médios por transação no 3Q2024 (eixo vertical), e as variações em relação ao resultado de 3Q2023 (eixo horizontal).

Os resultados contrastaram as maiores altas (*serviços educacionais; livrarias e papelarias; veterinária e pet shop) com os maiores recuos (bares e restaurantes; comércio varejista alimentícios). Desses, os maiores valores se referiram a serviços educacionais; e os menores, a bares e restaurantes.*

Nível e variação do valor médio por transação no 3Q2024*



Legenda : Largura das "bolhas" representa a participação relativa do segmento nos gastos do 3Q2024

* Valor médio no 3Q2024. Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 3Q2024, 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

O uso de cartões de crédito no Brasil entre consumidores de maior renda reflete características diretamente ligadas ao seu elevado poder aquisitivo. Essa condição socioeconômica proporciona a essas famílias e indivíduos um padrão de vida mais elevado, o que, por sua vez, reduz sua vulnerabilidade a choques e crises econômicas.

Esse padrão mais alto se manifesta por meio de uma maior flexibilidade nos gastos mensais e de uma cesta de consumo diversificada, que abrange um número maior de produtos e serviços. Além disso, esses consumidores tendem a adquirir bens e serviços de maior valor agregado, realizar compras mais volumosas e de maior valor total. Muitas vezes, são os primeiros a adotar novas tendências e inovações de mercado, funcionando como precursores de novos comportamentos de consumo.

No que se refere aos meios de pagamento, é esperado que esse público utilize o cartão de crédito com mais frequência, tanto para compras à vista quanto parceladas. Além disso, eles têm uma maior participação no e-commerce e preferem realizar pagamentos por meios digitais, em comparação com aqueles que enfrentam restrições orçamentárias no dia a dia.

Quanto à composição da cesta de consumo, embora itens essenciais como alimentação e transporte ainda desempenhem um papel relevante no orçamento, há um maior espaço dedicado a gastos com turismo, cultura, lazer, cuidados com pets, cuidados pessoais e serviços especializados. Isso reflete a capacidade dessas famílias de diversificarem suas despesas, priorizando também o bem-estar, cultura, lazer e entretenimento.

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

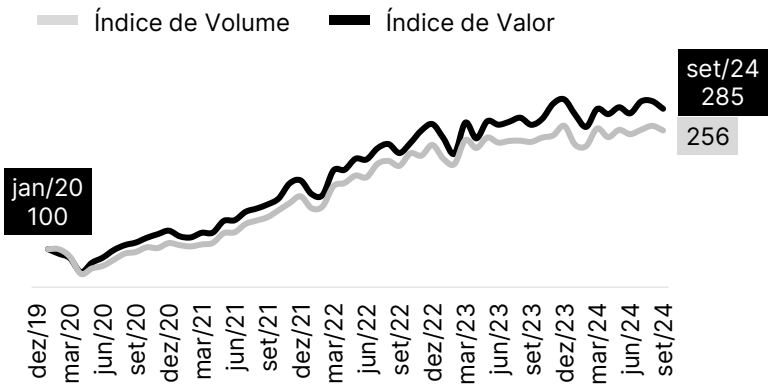
Gastos no crédito pelo público de maior poder aquisitivo crescem 9% no 3Q2024

De acordo com os dados transacionais relacionados ao uso de cartões de crédito para pagamentos, o consumo das famílias com maior renda registrou um crescimento de 10% no 3Q2024, em valor, além de um avanço de 9% nos últimos 12 meses.

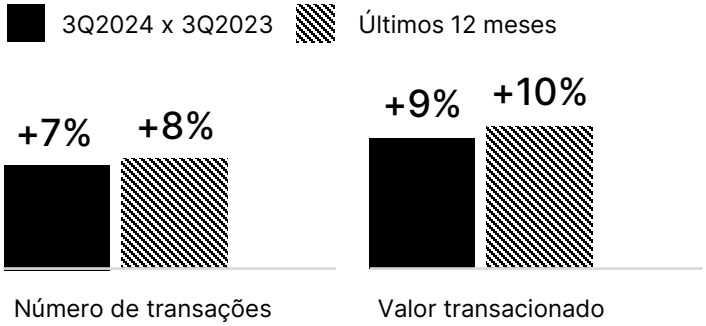
O valor médio por transação no 3Q2024 foi de R$ 156, crescendo 2% em relação ao 3Q2023. Nos últimos 12 meses, a média foi de R$ 155.

Entre janeiro de 2020 e setembro de 2024, os gastos com cartões de crédito subiram 185%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$156 +2% ↑
Média no 3Q2024

R$155 +3% ↑
Média nos últimos 12 meses

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

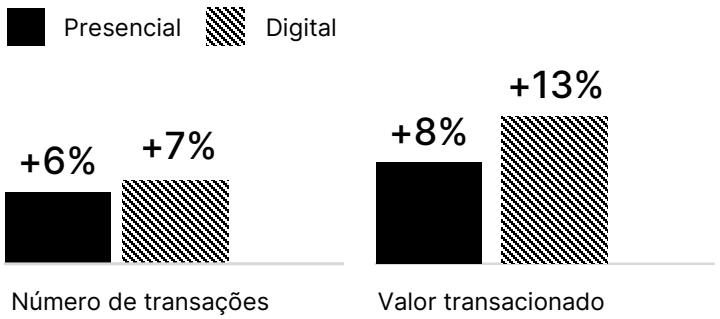
Gastos com cartões de crédito em compras e pagamentos digitais pelo público de maior renda cresceu 13% no 3Q2023

Os dados do 3Q2024 revelam que as compras e pagamentos digitais com cartões de crédito por portadores maior renda apresentaram uma alta de 7%, em número de transações, e de 13%, em valor transacionado – superando o desempenho das compras presenciais (+6% e +8%).

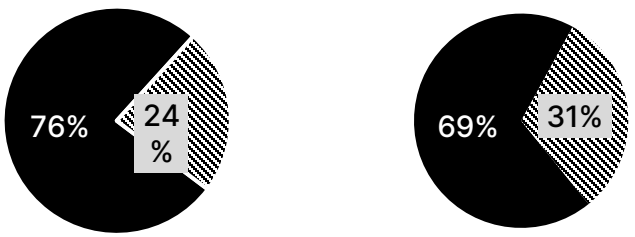
O valor médio por transação também foi maior nas compras no crédito por meio digital (R$ 206) em comparação ao presencial (R$ 140), além de ter exibido crescimento no período (+4%).

O meio presencial, contudo, ainda responde por 76% das transações e 69% dos valores gastos com cartões de crédito por esse público.

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$140 ~0% •
Presencial

R$206 +4% ↑
Digital

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

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

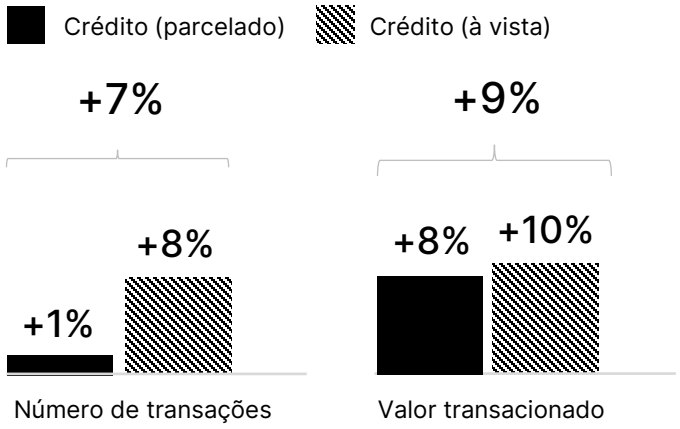
Crédito à vista é predominante nas transações do público de maior renda (89%) e cresceu mais no 3Q2024 (+7%)

No perfil de maior renda, a maior parcela das transações (89%) e mais da metade do valor transacionado (54%) 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 3Q2024, tanto em termos de número de transações (8% x 1%) quanto em valor transacionado (10% x 8%)

Por outro lado, o valor médio das compras feitas no crédito parcelado (R$ 678) foi quase sete vezes maior do que na forma à vista (R$ 94).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$156 +2% ↑
Crédito (agregado)

R$678 +7% ↑
Crédito (parcelado)

R$94 +2% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

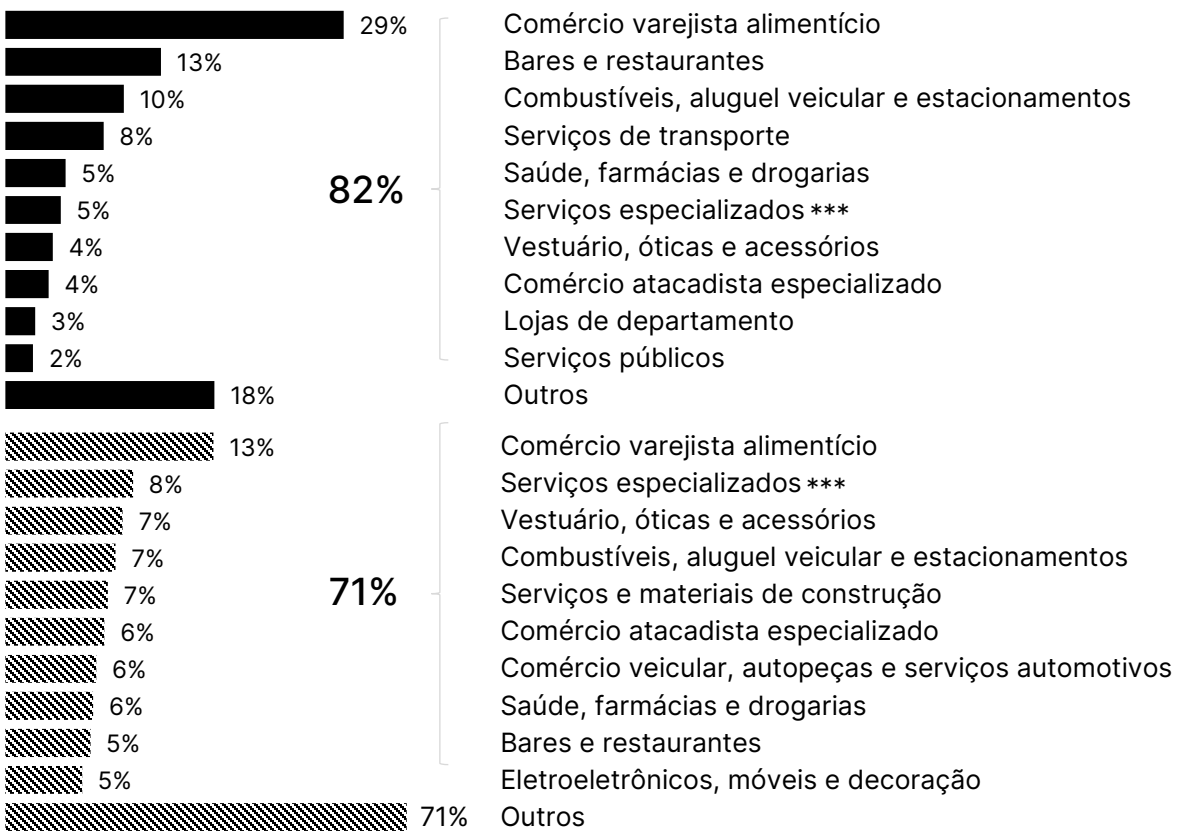
Distribuição do Consumo com Cartões de Crédito pelo Público de Maior Renda

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, 82% das transações do 3Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para *alimentação*, transporte e combustíveis**, cuidados com saúde, além de serviços especializados***.*

Em valor, os 10 principais segmentos de representaram 71% do total, destacando-se: *alimentação*, serviços especializados**, vestuário, venda de combustíveis e materiais de construção.*

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito pelo Público de Maior Renda (3Q2024)



* 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).

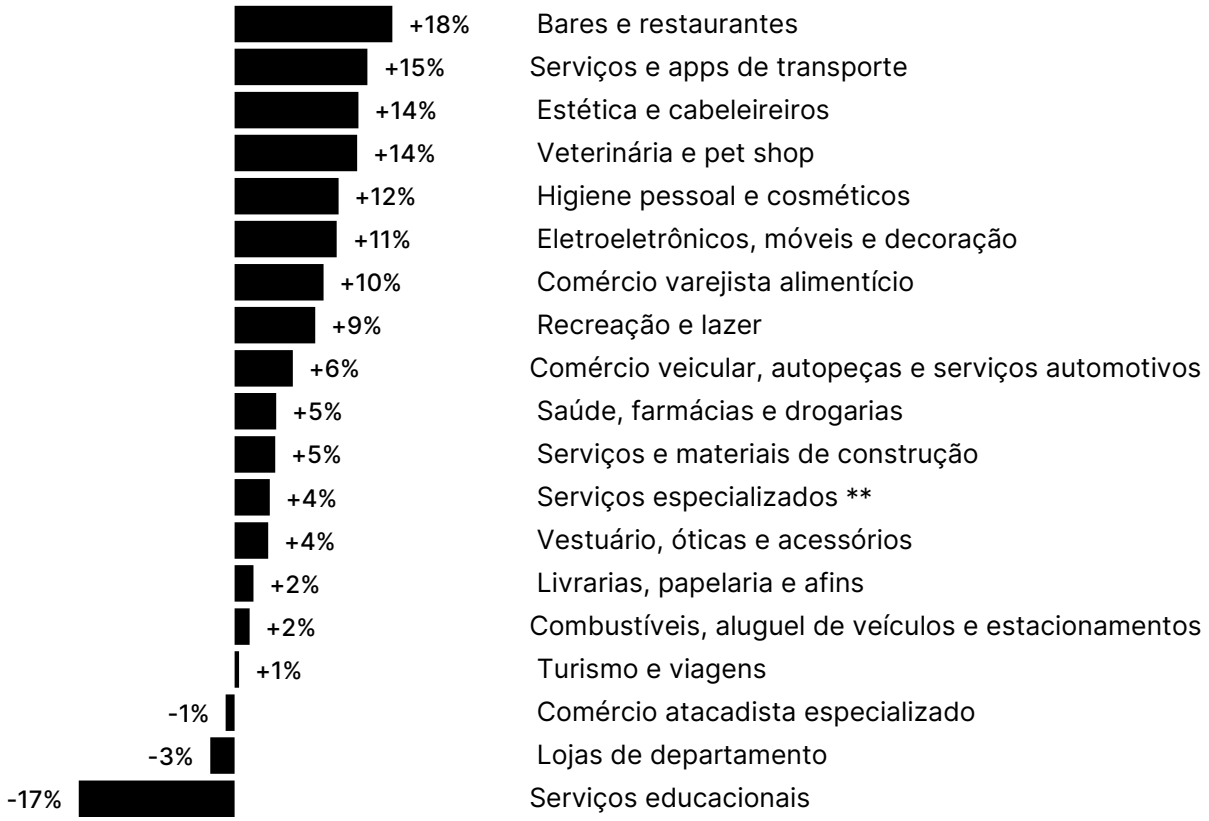
Destaques em número de transações com Cartões de Crédito entre o Público de Maior Renda

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

Em termos quantitativos, o consumo do público de maior renda no 3Q2024 com cartões de crédito foi predominante entre os segmentos analisados, com destaque para: *bares e restaurantes; serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; veterinária e pet shop; higiene pessoal e cosméticos; eletroeletrônicos, móveis e decoração;* entre outros.

Em contraponto, houve queda nas transações efetivadas com cartões de crédito por esse público em poucos segmentos, abrangendo: *serviços educacionais; lojas de departamento e comércio atacadista especializado.*

Evolução do número de transações no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 foi ampla e abrangente, contemplando: *veterinária e pet shop; serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; bares e restaurantes; livrarias, papelarias e afins; comércio veicular; serviços especializados**; eletroeletrônicos, móveis e decoração;* entre muitos outros.

Na contramão do período, houve queda no valor transacionado no crédito pelo público de maior renda apenas com *turismo e viagens,* que inclui passagens aéreas, hotéis e agências de turismo.

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

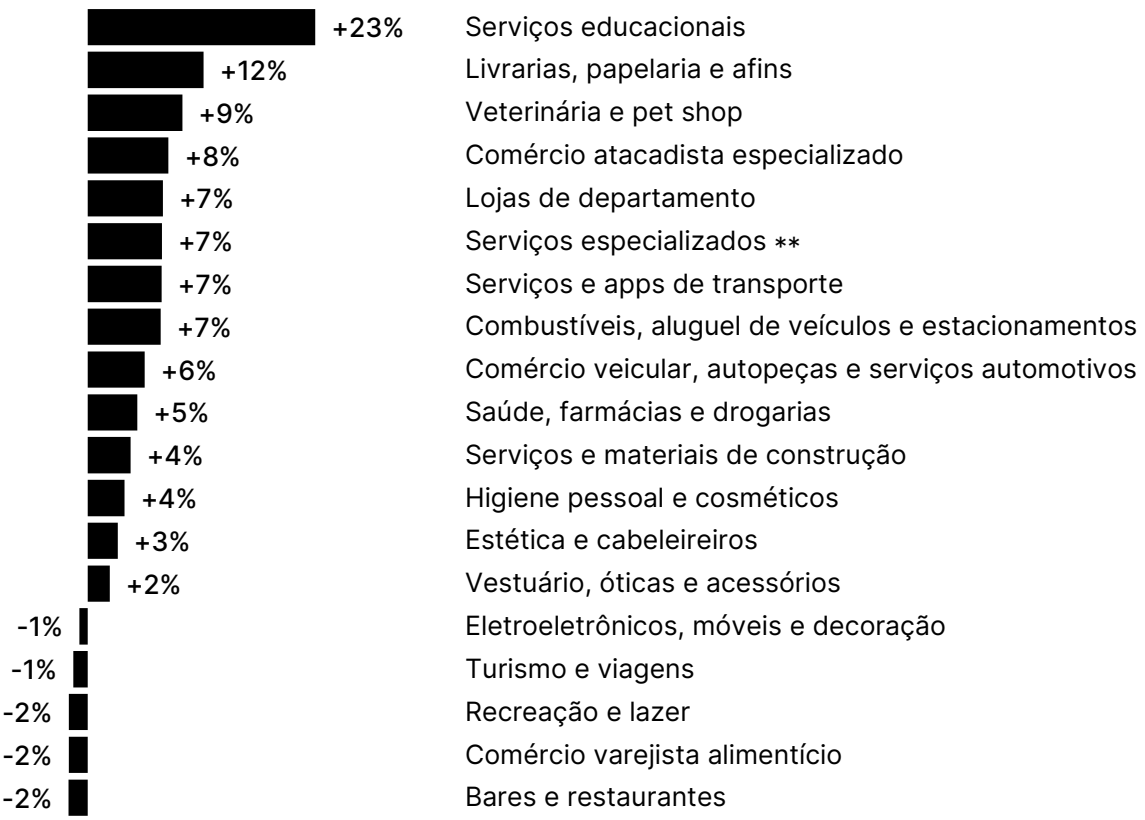
Destaques em valor médio por transação no Crédito junto ao Público de Maior Renda

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

Com respeito ao valor médio por transação do público de maior renda, os maiores aumentos abrangeram compras efetivadas no cartão de crédito com: *serviços educacionais; livrarias, papelarias e afins; veterinária e pet shop; comércio atacadista especializado; lojas de departamento;* entre outros.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto por esse público com cartões de crédito em: *bares e restaurantes; comércio varejista alimentício; recreação; turismo e viagens.*

Evolução do valor médio por transação no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 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 registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; comércio automotivo; serviços educacionais; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção; 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 3Q2024*

* Valor médio no 3Q2024.
** 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 3Q2024, 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

O consumo entre o público de menor renda no Brasil é marcado por restrições orçamentárias significativas, o que contrasta fortemente com o perfil de consumo das famílias de maior poder aquisitivo. Essas restrições estão relacionadas à maior vulnerabilidade social e econômica desse grupo diante de choques, crises e inflação. O acesso a bens e serviços é relativamente mais limitado, e há uma prevalência de taxas mais altas de endividamento e inadimplência.

Esse padrão de consumo mais restrito pode ser caracterizado pela pouca flexibilidade nos gastos mensais, bem como pela limitada variedade de produtos e serviços na cesta de consumo. Produtos e serviços de maior valor agregado são menos acessíveis, e as compras tendem a ser menores em volume e de menor custo. Isso se deve, em grande parte, ao fato de que uma parcela significativa da renda é destinada à aquisição de itens essenciais, como alimentação e transporte, o que reduz a margem para a compra de outros bens e serviços.

No que diz respeito às tendências e inovações de mercado, esse grupo de consumidores dificilmente se coloca na vanguarda, já que o acesso inicial a novos produtos e serviços é frequentemente oneroso e fora de seu alcance. Embora o cartão de débito ainda seja o meio de pagamento predominante entre esses consumidores, o uso de cartões de crédito tem mostrado um crescimento dinâmico. No entanto, esse uso está, em muitos casos, relacionado à necessidade de parcelar compras essenciais, devido à restrição orçamentária que dificulta o pagamento à vista. Mesmo com o aumento da relevância do crédito, essa expansão traz desafios, como o risco de maior endividamento e inadimplência, dadas as limitações econômicas enfrentadas por essas famílias

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

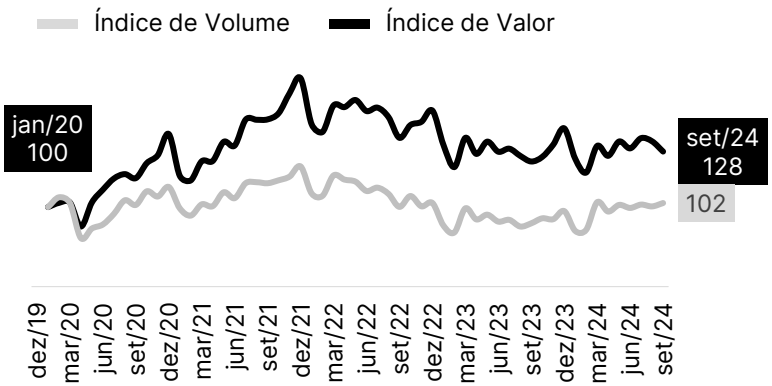
Uso do crédito pelo público de menor renda oscila perto da estabilidade no 3Q2024

De acordo com os dados do 3Q2024, o consumo das famílias de menor renda com cartões de crédito Elo cresceu 10%, em volume, e 5%, em valor gasto. No acumulado em 12 meses, as variações foram de 2% e -2%.

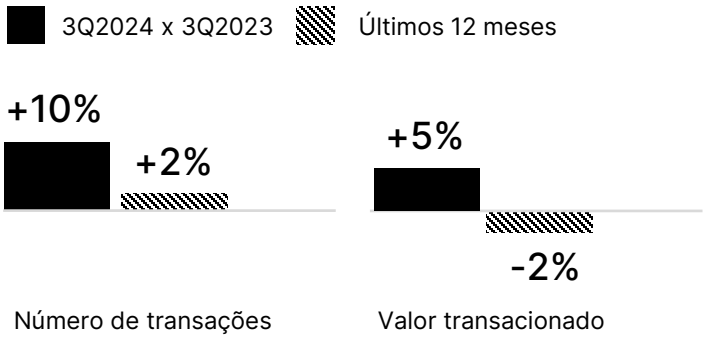
O valor médio por transação no 3Q2024 foi de R$ 103, o que corresponde a uma retração de 5% em relação ao 3Q2023. Nos últimos 12 meses, a média é de R$ 105 (-4%).

Entre janeiro de 2020 e setembro de 2024, os gastos no crédito tiveram crescimento de 28%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$103 -5% ↓
Média no 3Q2024

R$105 -4% ↓
Média nos últimos 12 meses

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

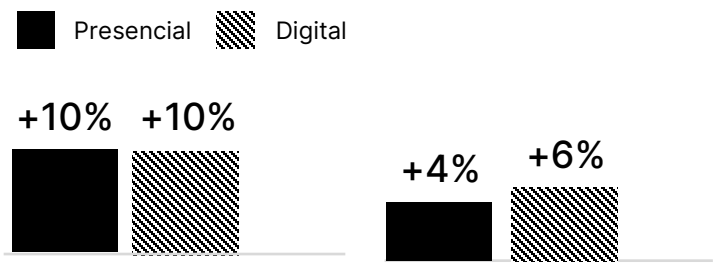
Uso do crédito pelo público de menor é majoritariamente presencial e apresentou crescimento de 4%, em valor

Os dados do 3Q2024 revelam que as compras digitais e pagamentos com cartões de crédito, dentro do recorte de famílias de menor renda, apresentaram um aumento de 10%, em número de transações, e de 6%, em valor transacionado – ligeiramente abaixo do o desempenho das compras presenciais via crédito (+10% e +6%).

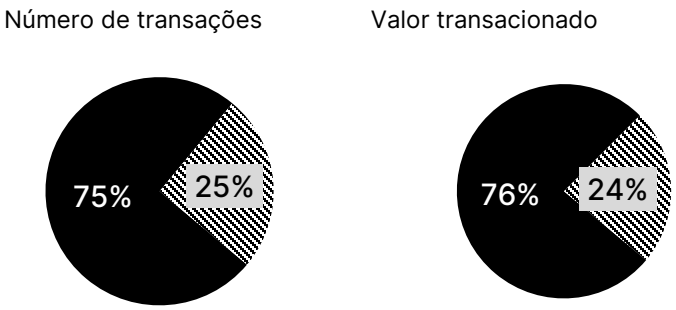
O valor médio por transação efetivada com cartões de crédito foi ligeiramente maior no caso das compras presenciais (R$ 105 x R$ 96), embora o recuo tenha sido similar (-5% x -4%).

Em termos de participação nas transações e gastos totais, o presencial é prevalente (~75%).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$105 -5% ↓ Presencial

R$96 -4% ↓ Digital

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

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

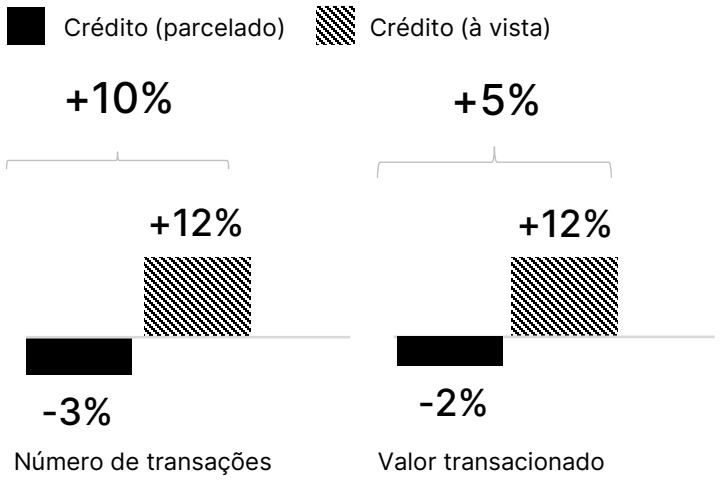
Para público de menor poder aquisitivo, crédito é mais usado para pagamentos à vista, que também cresceram mais no 3Q2024

No perfil de menor renda, a maior parcela das transações (88%) e do valor transacionado (52%) com cartões de crédito foi feita à vista no 3Q2024.

Em termos de variação, os gastos efetivados à vista cresceram 12%, contrastando com o recuo de 2% na modalidade parcelada.

Por outro lado, o valor médio por transação efetivada de forma parcelada (R$ 406) foi muito superior ao valor médio das transações efetivadas à vista no último trimestre da série (R$ 61).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$103 -5% ↓
Crédito (agregado)

R$406 +1% ↑
Crédito (parcelado)

R$61 ~0% •
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

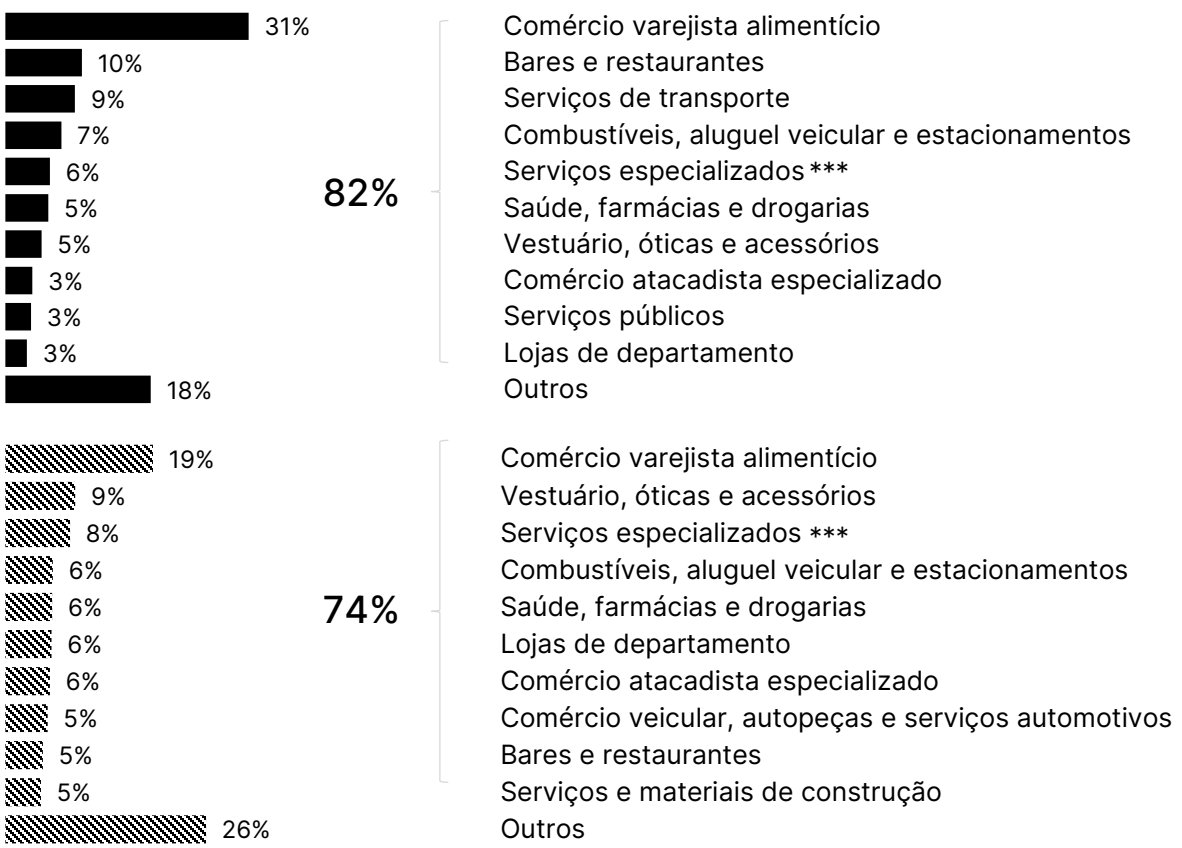
Distribuição do Consumo com Cartões de Crédito pelo Público de Menor Renda

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, 82% das transações do 3Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para despesas com: *alimentação*, combustíveis e transportes**, serviços especializados***, além de cuidados com saúde.*

Já em termos de valor gasto no crédito, os 10 principais segmentos de 3Q2024 representaram 74% 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 (3Q2024)



* 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 nas transações efetivadas foi fenômeno generalizado e chegou a 32% no 3Q2024 (em bares e restaurantes)

Em termos quantitativos, as despesas no crédito pelo público de menor renda no 3Q2024 cresceram nos seguintes segmentos: *bares e restaurantes; estética e cabeleireiros; comércio varejista alimentício; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e apps de transporte; turismo e viagens; higiene pessoal e cosméticos; veterinária e pet shop;;* entre outros.

Em contrapartida, houve queda nas transações efetuadas em apenas três das categorias listadas: *serviços educacionais; livrarias, papelarias e afins; além de lojas de departamento.*

Evolução do número de transações no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

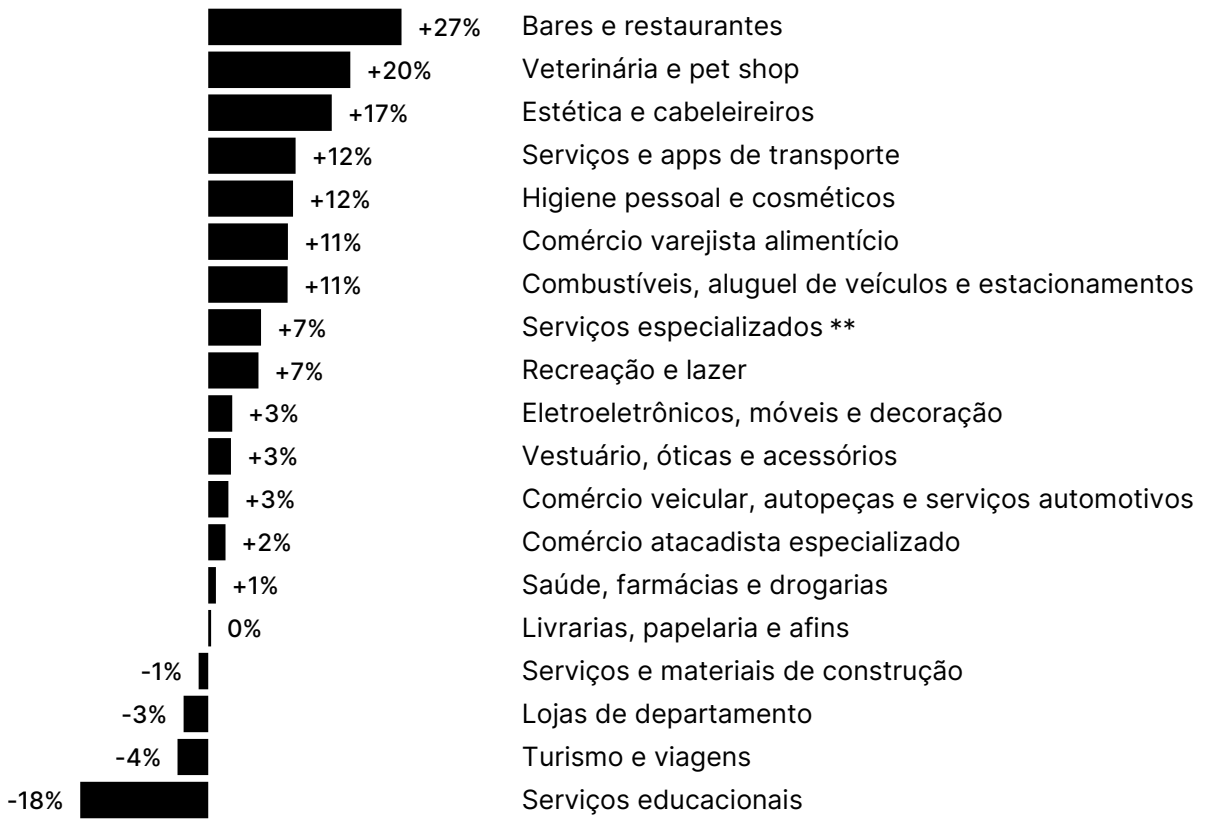
Destaques em valor transacionado entre o Público de Menor Renda

Gastos com alimentação, cuidados com os *pets*, transporte e cuidados pessoais lideraram avanço nos gastos do público de menor renda

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: *bares e restaurantes; veterinária e pet shop; estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; higiene pessoal e cosméticos; comércio varejista alimentício*; *etc*.

Por outro lado, houve queda nos gastos efetuados no crédito em quatro dos segmentos analisados: s*erviços educacionais; turismo e viagens; lojas de departamento; serviços e materiais de construção.*

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

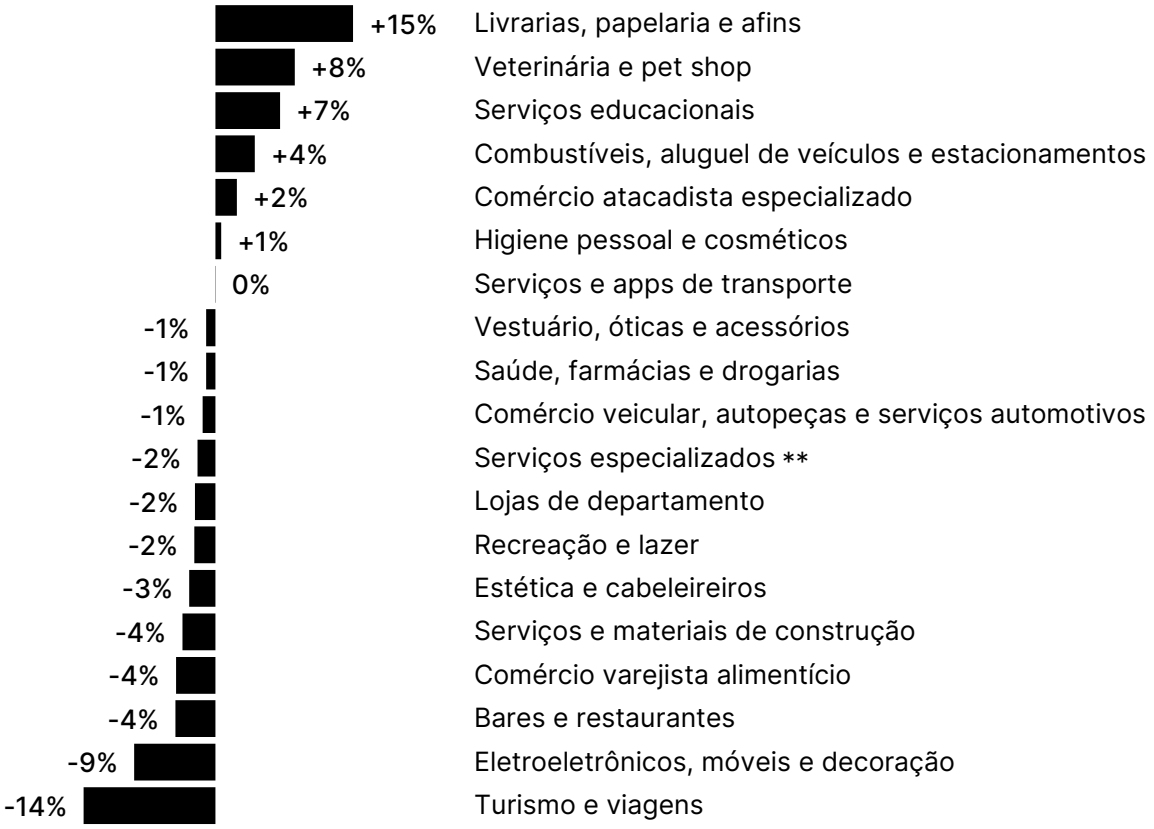
Destaques em valor médio por transação no Crédito junto ao Público de Menor Renda

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

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; comércio atacadista especializado; higiene pessoal e cosméticos*.

Por outro lado, houve recuo no valor médio gasto por esse público com: *turismo e viagens; eletroeletrônicos, móveis e decoração; bares e restaurantes; comércio varejista alimentício; serviços e materiais de construção.*

Evolução do valor médio por transação no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 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 3Q2024 foram registrados nos segmentos: *turismo e viagens; comércio 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; saúde e farmácias;* entre outros.

Valor médio por transação no 3Q2024*

* Valor médio no 3Q2024.
** 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 3Q2024 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, especialmente por meio do e-*commerce*, têm revolucionado o consumo no país. Juntamente com a expansão da bancarização e o crescimento das opções de meios de pagamento digitais, essas tendências estão transformando o varejo, tornando o meio digital uma parte fundamental e crescente dos hábitos de consumo dos brasileiros. Vários fatores contribuem para o dinamismo do *e-commerce* e dos pagamentos digitais, particularmente via cartão de crédito.

Entre esses fatores destacam-se a conveniência e a praticidade de comprar online, a ampla variedade de produtos disponíveis, e a possibilidade de comparar preços facilmente entre diferentes lojas, modelos e marcas. Além disso, o acesso a promoções exclusivas, cupons de desconto e ofertas específicas dos canais digitais é um grande atrativo para os consumidores. No meio digital, importam menos as barreiras geográficas, há maior quantidade detalhada de informações disponíveis, como especificações técnicas e recomendações de outros consumidores, além da possibilidade de personalização de produtos. Ademais, o pagamento online oferece flexibilidade, com diversas opções, incluindo a do parcelamento (muitas vezes, sem juros).

Por outro lado, ainda existem barreiras que desincentivam as compras no ambiente digital. Entre os principais desafios estão os custos e prazos de envio dos produtos, que podem ser altos ou demorados. Além disso, a ausência da experiência física — como experimentar roupas ou calçados para garantir o tamanho adequado — é uma limitação significativa. Outra preocupação é a segurança de dados, já que existe o risco de fraude e roubo de informações pessoais ou bancárias. Esses fatores refletem o equilíbrio entre os atrativos e os desafios do consumo no ambiente digital, que continua a evoluir rapidamente no mercado brasileiro.

Comportamento do Consumo por Meio Digital com Cartões de Crédito

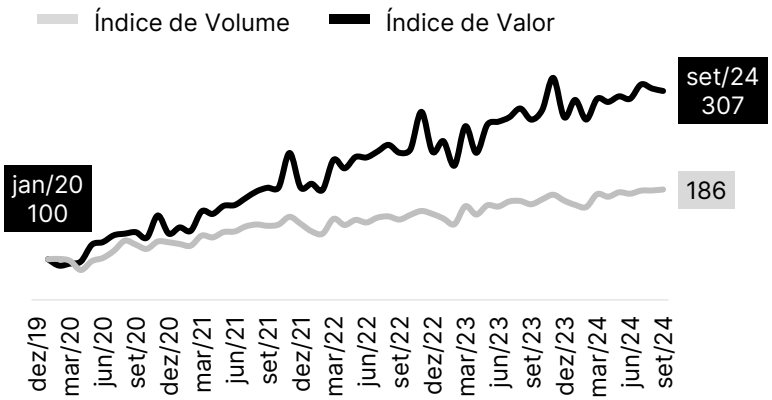
Gastos com cartões de crédito para compras e pagamentos digitais cresce 12% no 3Q2024 e 16% em 12 meses

Considerando dados transacionais sobre o uso de cartões de crédito, os pagamentos e compras digitais, o consumo registrou um crescimento de 12% no 3Q2024, em valor, acompanhado de uma incremento de 16% nos últimos 12 meses.

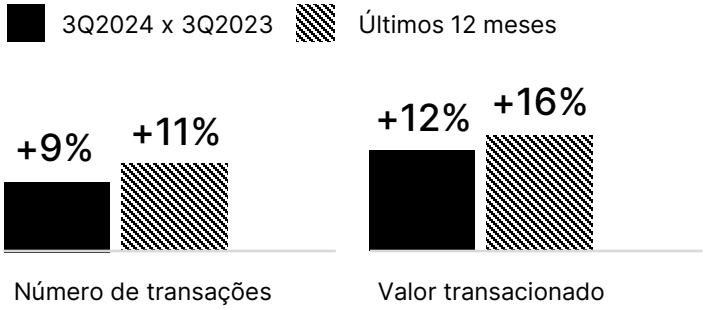
O valor médio por transação efetuada no crédito foi de R$ 179 no 3Q2024, alta de 3%. Nos últimos 12 meses, a média foi próxima, de R$ 178 (+5%).

Entre janeiro de 2020 e setembro de 2024, os gastos digitais via crédito aumentaram 207%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$179 +3% ↑
Média no 3Q2024

R$178 +5% ↑
Média nos últimos 12 meses

Compras Digitais com Cartões de Crédito entre Grupos de Renda

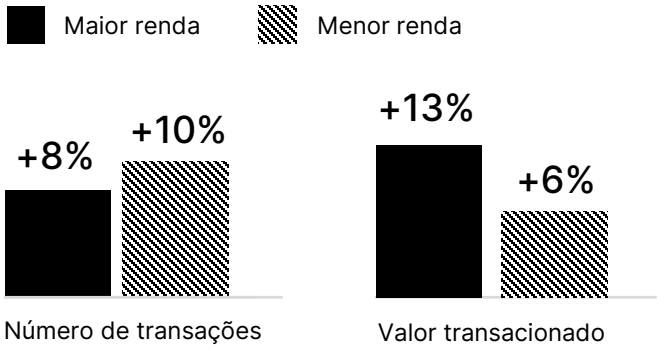
Gastos no crédito por meio digital cresce duas vezes mais no público de alta renda. Em número, contudo, expansão foi maior junto aos portadores de menor renda

Os dados do 3Q2024 também revelam que as compras digitais mediadas por cartões de crédito cresceram mais junto ao público de maior renda: alta de 8%, no número de transações, e de 13%, em valor transacionado. Não por acaso, o digital ocupa um maior espaço no consumo via crédito nesse grupo (31%).

Comparativamente, no caso do grupo de menor renda, o aumento foi maior no número de transações (+10%) e menor, em valor (+6%).

O valor médio por transação digital efetivada pelo público de maior renda (R$ 206) foi mais que o dobro do observado junto aos portadores de cartões de crédito de menor renda (R$ 96).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado por meio digital*

31%	+1 pp ↑	24%	~0 pp •
Maior renda		Menor renda	

Valor médio por transação*

R$206	+4% ↑	R$96	-4% ↓
Maior renda		Menor renda	

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Preferências de métodos de pagamento no Crédito para Compras Digitais

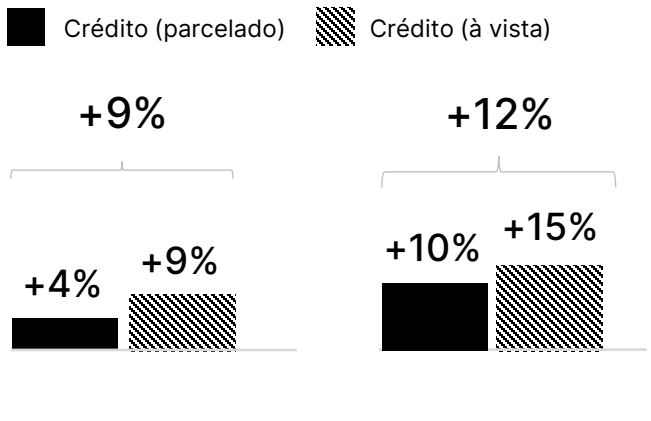
Pagamentos à vista respondem pela maior parte das transações com cartões de crédito em meio digital

No 3Q2024, a maior parcela das transações (86%) e cerca de metade do valor transacionado (49%) por meio digital foi efetivada à vista.

Em termos de crescimento, os pagamentos à vista também foram os que mais cresceram em número (+9%) e valor transacionado (+15%).

Por outro lado, o valor médio dos gastos digitais parcelados no crédito (R$ 634) foi mais de seis vezes superior à média das compras efetuadas à vista no período recente (R$ 103).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$179 +3% ↑
Crédito (agregado)

R$634 +5% ↑
Crédito (parcelado)

R$103 +5% ↑
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

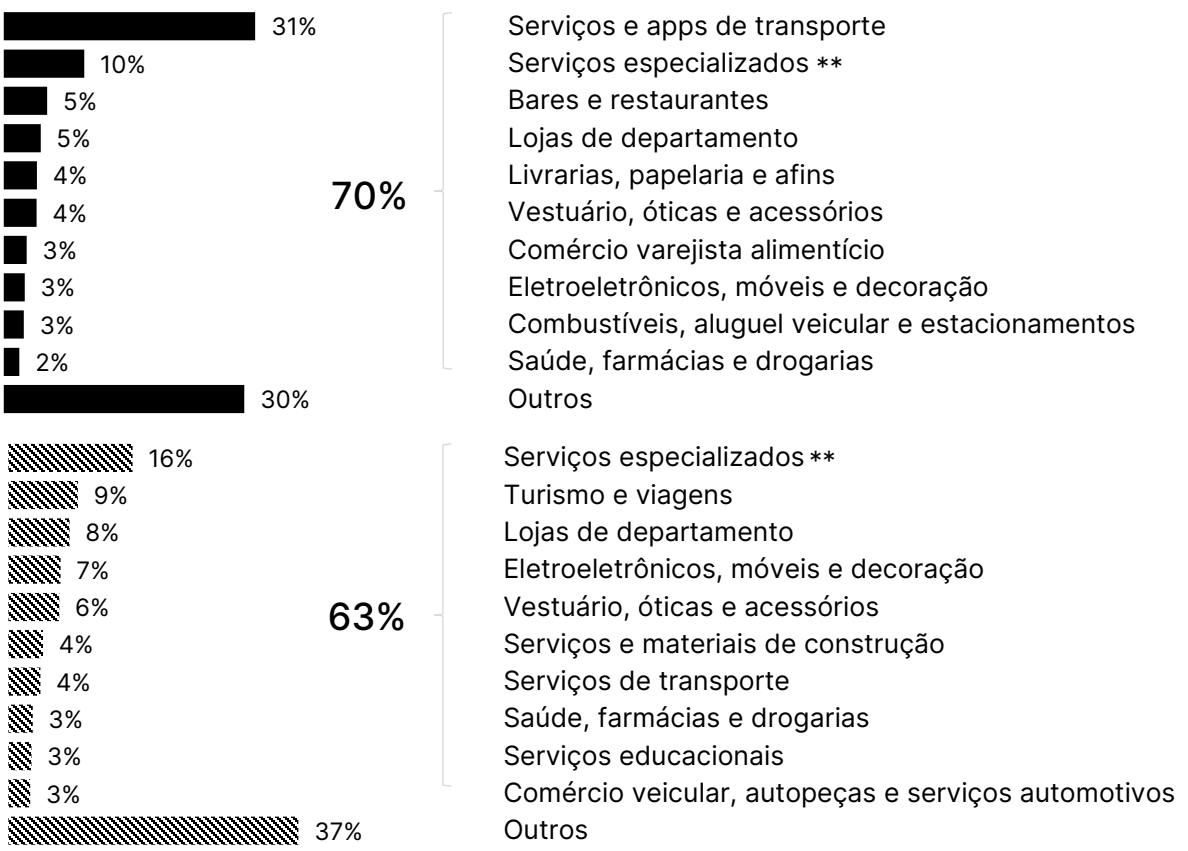
Distribuição do consumo com Cartões de Crédito por Meio Digital

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, 70% das transações do 3Q2024 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 3Q2024 concentravam 67% dos gastos, incluindo: *serviços especializados**; turismo e viagens; lojas de departamento; eletroeletrônicos;* entre outros.

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito por Meio Digital (3Q2024)



* 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).

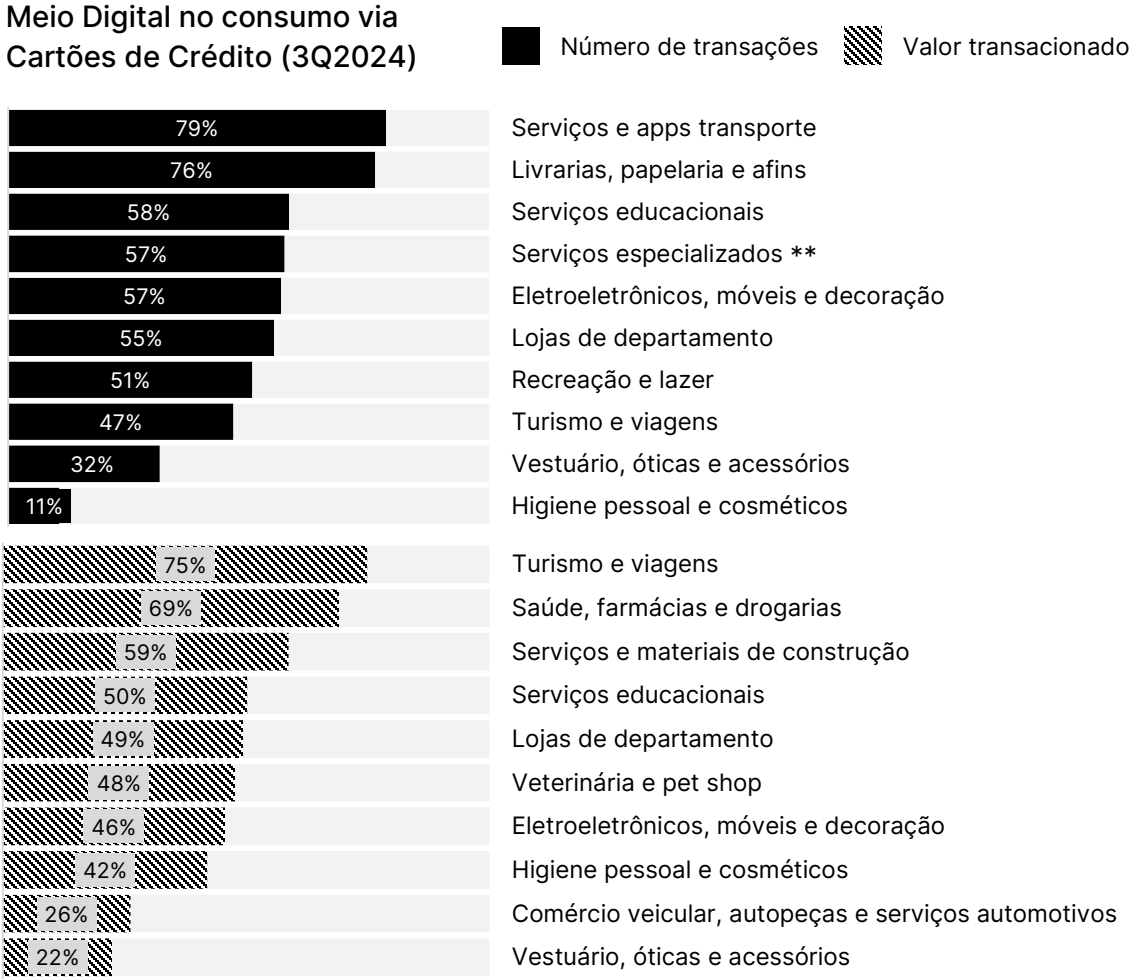
Segmentos com maior penetração do Meio Digital no Consumo através de Cartões de Crédito

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 principais destaques, no 3Q2024, envolveram: *serviços e apps de transporte*, *livrarias; serviços educacionais e especializados**; eletroeletrônicos, móveis e decoração; lojas de departamento*.

Na ótica de valor transacionado no crédito, a presença do digital é maior nas compras de *turismo e viagens; saúde, farmácias e drogarias; serviços e materiais de construção; serviços educacionais; lojas de departamento; veterinária e pet shop.*

Ranking dos 10 segmentos com maior penetração do Meio Digital no consumo via Cartões de Crédito (3Q2024)



** 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 3Q2024 cresceu em parte dos segmentos, incluindo: *veterinária e pet shop; higiene pessoal e cosméticos; comércio varejista alimentício; serviços e materiais de construção; eletroeletrônicos, móveis e decoração; saúde e farmácias;* entre outros.

Em contraponto, houve queda no número de transações e compras digitais efetivadas com cartões de crédito no seguintes segmentos: *comércio atacadista especializado; serviços educacionais; bares e restaurantes; etc.*

Evolução do número de transações no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 mais abrangente, com destaque para: *veterinária e pet shop, serviços e materiais de construção; higiene pessoal e cosméticos; comércio automotivo; eletroeletrônicos e mobiliário;* entre outros.

Por outro lado, houve queda no valor transacionado com cartões de crédito para compras digitais nos seguintes segmentos: *comércio atacadista a especializado; bares e restaurantes; serviços educacionais; etc.*

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

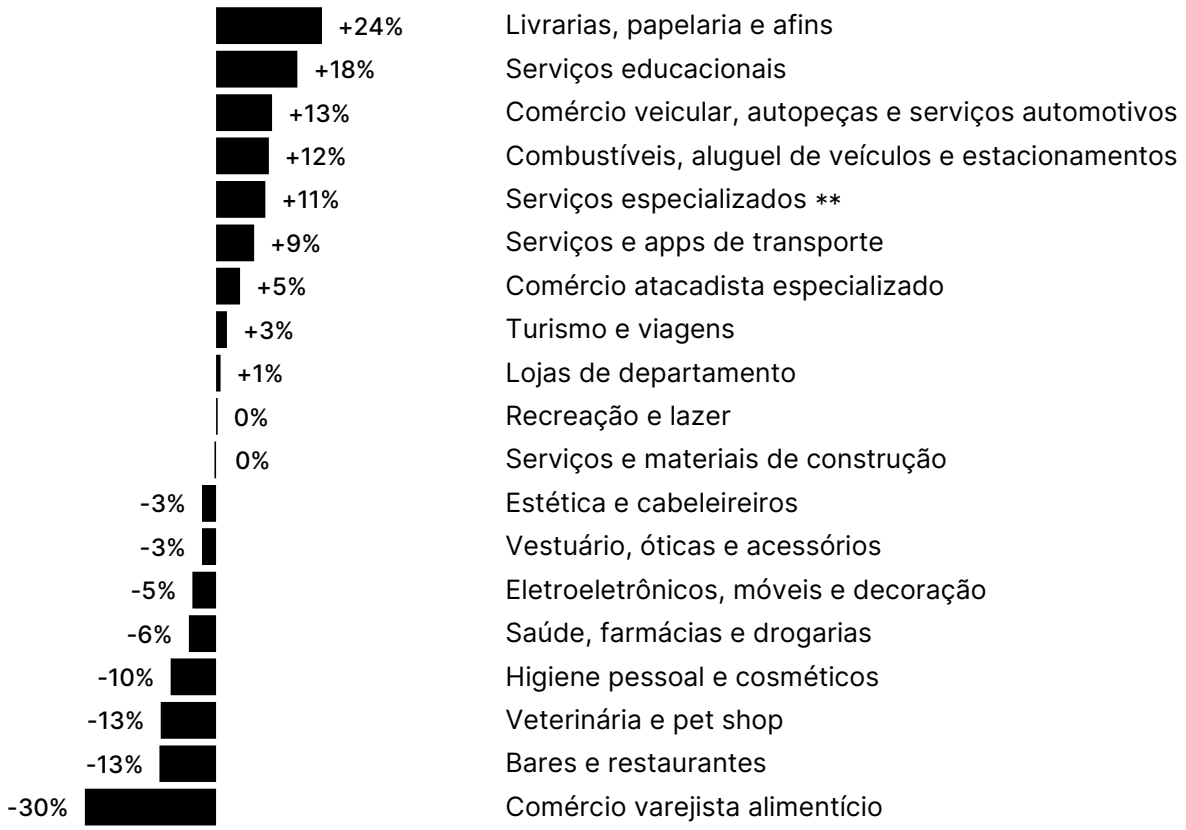
Destaques em valor médio por transação digital com Cartões de Crédito

Livrarias, serviços especializados, comércio automotivo e de combustíveis lideraram maiores altas no valor médio

Com respeito ao valor médio por transação efetivada no crédito por meio digital, os destaques positivos envolveram: *livrarias; serviços educacionais; comércio automotivo; combustíveis; serviços especializados**; serviços e apps de transporte;* entre outros.

Por outro lado, houve queda no valor médio gasto com: *comércio varejista alimentício; bares e restaurantes; veterinária e pet shop; higiene pessoal e cosméticos; saúde, farmácias e drogarias; entre outros listadados.*

Evolução do valor médio por transação no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

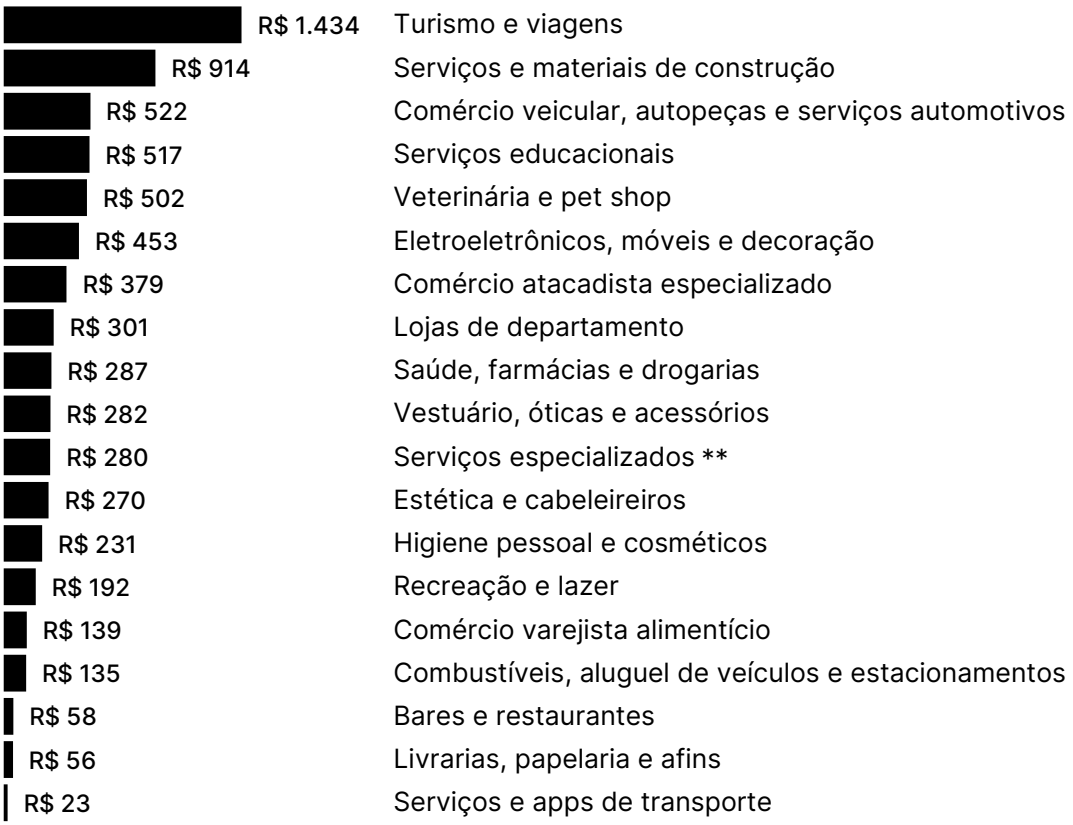
Destaques em valor médio por transação digital com Cartões de Crédito

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

Considerando os gastos com cartões de crédito para pagamentos digitais, os maiores valores médios por transação no 3Q2024 foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; serviços e materiais de construção; comércio automotivo; serviços educacionais; veterinária e pet shop; eletroeletrônicos e mobiliário;* 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 veículo;* além de *comércio varejista alimentício.*

Valor médio por transação no 3Q2024*



* Valor médio no 3Q2024.
** 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 3Q2024, 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 presenciais são tradicionalmente as mais comuns e difundidas no Brasil. A maioria dos brasileiros que vive em áreas urbanas realiza algum tipo de transação presencial diariamente, seja para alimentação, transporte, ou lazer e entretenimento. Essas transações exigem, naturalmente, a presença física tanto do consumidor quanto do vendedor, além do uso de meios de pagamento aceitos, como o cartão de crédito.

O meio presencial tem como principais diferenciais a facilidade na interação direta, proporcionando uma experiência de consumo sensorial: o consumidor pode ver, tocar e testar o produto antes de efetuar a compra. Além disso, essa modalidade oferece uma maior interatividade entre vendedores e clientes, com a possibilidade de negociar preços e condições de pagamento mais vantajosas. Outro ponto positivo é a entrega imediata dos produtos, eliminando a necessidade de esperar pelo envio ou pagar pelo frete, o que aumenta a conveniência. A confiança gerada pelo pagamento feito diretamente ao vendedor, garantindo a transação no ato, é outro aspecto importante que fortalece a experiência.

As compras presenciais são especialmente relevantes para transações de alta frequência, como aquelas de conveniência e de pequeno valor, além de serem amplamente utilizadas para o pagamento de serviços pessoais, onde a presença do consumidor no local é necessária. Isso é comum em atividades como corte de cabelo, academias, e serviços de manutenção. No entanto, o consumo presencial também apresenta limitações. Entre os desafios estão as restrições de horário das lojas, a limitação de estoque e de disponibilidade de produtos, além da necessidade de deslocamento, que pode gerar custos adicionais e perda de tempo. Em alguns casos, o consumidor também enfrenta filas de espera, problemas com falta de informação e reputação do produto e/ou do vendedor

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito por Meio Presencial no 3Q2024

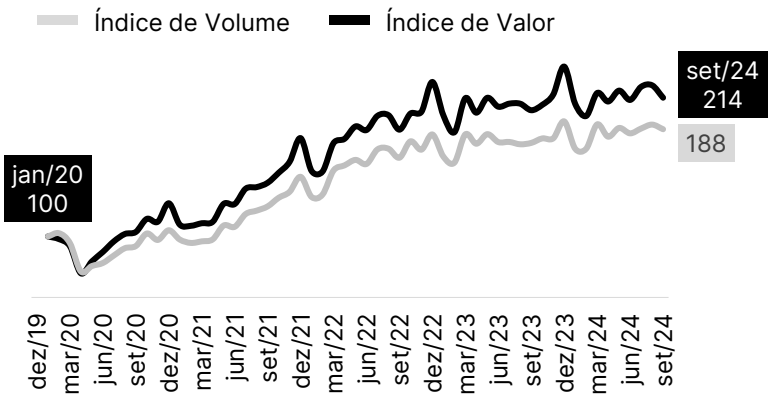
Com valor médio de R$ 132 por compra, gastos presenciais com cartões de crédito cresceram 3% no 3Q2024

De acordo com dados do 3Q2024 sobre compras presenciais com o uso do cartão de crédito, as transações cresceram 7%, em volume, enquanto os gastos cresceram 6%. No acumulado dos últimos 12 meses, as taxas foram ambas de 5%.

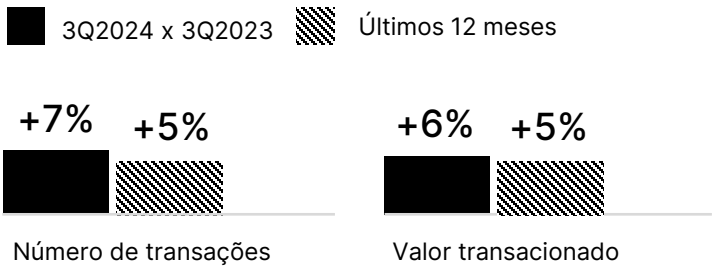
O valor médio por transação foi de R$ 132 no 3Q2024 (-1%). O resultado é similar à média registrada nos últimos 12 meses (R$ 133).

Entre janeiro de 2020 e setembro de 2024, os gastos presenciais acumulam avanço de 114%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

Gastos presenciais com Cartões de Crédito por Grupo de Renda

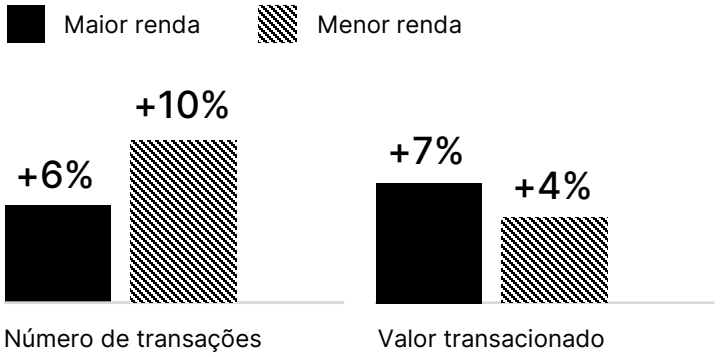
Transações crescem mais junto ao público de menor renda (+10%), mas alta nos gastos é liderada pelo grupo de maior poder aquisitivo (+7%)

No recorte de renda, os dados do 3Q2024 revelam que as compras presenciais com cartões de crédito cresceram mais junto ao público de menor renda (+10%), embora tenha se expandido mais em valor no grupo de maior poder aquisitivo (+7%).

O valor médio por transação em 3Q2024 foi maior nas compras presenciais efetuadas no crédito pelo público de maior renda (R$ 140) em comparação ao menor renda (R$ 105).

Por outro lado, a participação das compras presenciais nos gastos com cartões de crédito foi relativamente maior entre os portadores de menor renda (76% x 69%).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado feita por meio presencial*

Maior renda	Menor renda
69% -1 pp ↓	76% ~0 pp •

Valor médio por transação*

Maior renda	Menor renda
R$140 ~0% •	R$105 -5% ↓

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Preferências de métodos de pagamento nos Crédito para Compras Presenciais

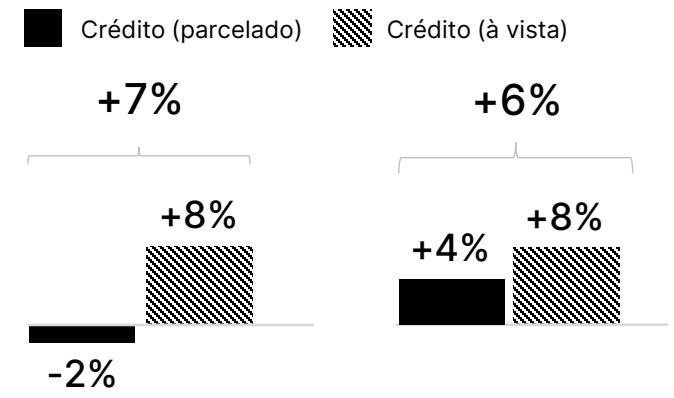
Entre as compras presenciais no crédito, pagamentos à vista são majoritários, especialmente para compras de menor valor

No 3Q2024, 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 8% no trimestre, tanto em volume quanto em valor. Em contraste, as compras parceladas no crédito recuaram 2%, em número, embora também tenham crescido 4% em valor.

Naturalmente, o valor médio das transações presenciais efetivadas com crédito parcelado foram bem maiores (R$ 595) em relação ao uso do crédito à vista para efetivá-las (R$ 81).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*

Valor médio por transação*

R$132 -1% ↓
Crédito (agregado)

R$595 +6% ↑
Crédito (parcelado)

R$81 ~0% •
Crédito (à vista)

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

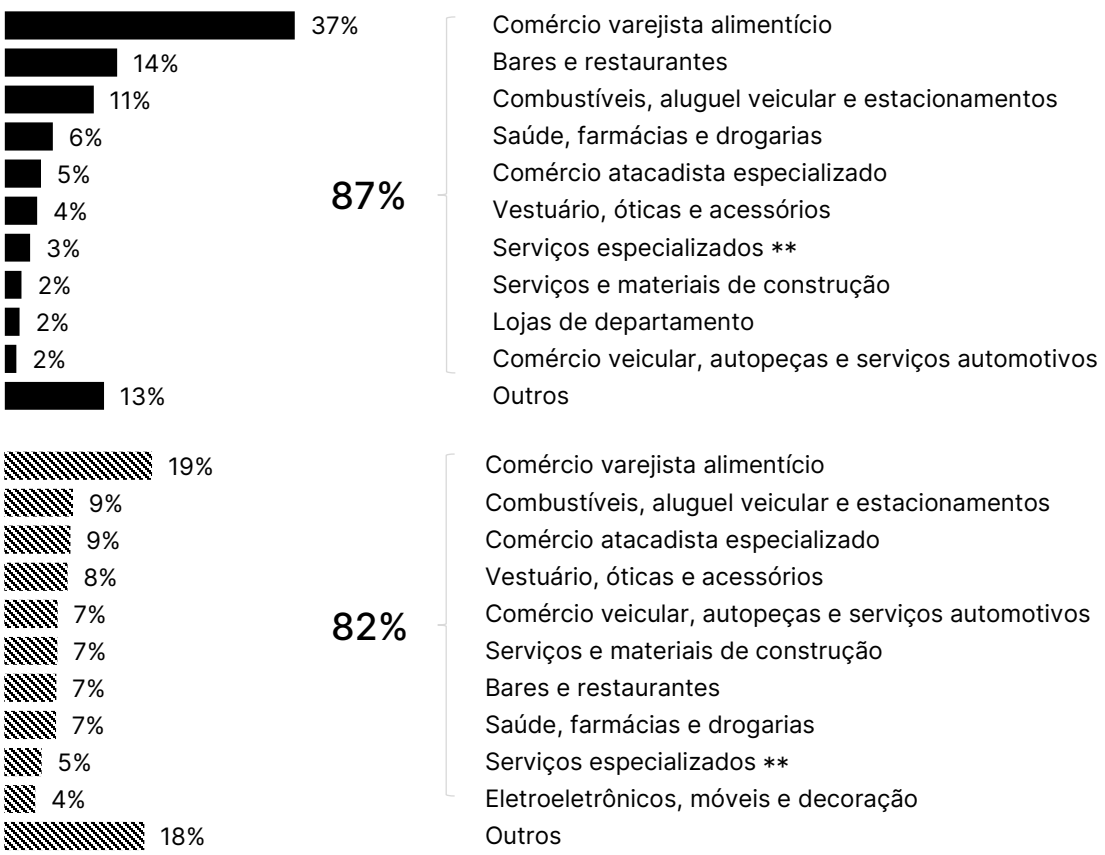
Distribuição do consumo por Meio Presencial no Crédito

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 3Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para*: alimentação*; transporte**; cuidados pessoais; comércio automotivo; vestuário, óticas e acessórios; entre outros.*

Em valor, os 10 principais segmentos de 3Q2024 concentravam 82% dos gastos, incluindo: *alimentação*; transporte** comércio atacadista; vestuário, óticas e acessórios; comércio automotivo; serviços e materiais de construção; entre outros.*

Distribuição das transações e gastos efetuadas com cartões de crédito por Meio Presencial (3Q2024)



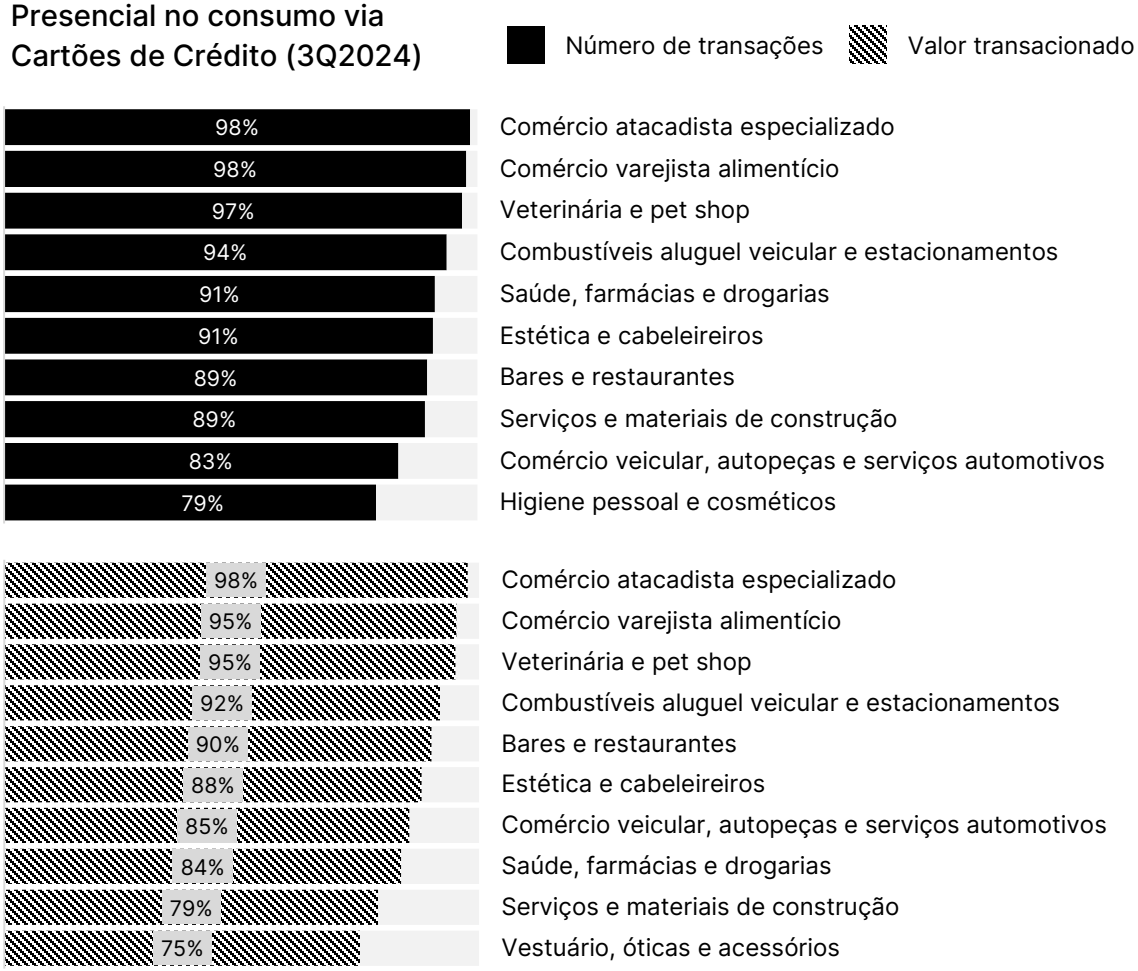
* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (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 segmentos como: *comércio atacadista especializado; comércio varejista alimentício; veterinária e pet shop; venda de combustíveis; bares e restaurantes; estética e cabeleireiros; comércio automotivo; saúde, farmácias e drogarias; serviços e materiais de construção; vestuário, óticas e acessórios.*

Ranking dos 10 segmentos com maior penetração do Meio Presencial no consumo via Cartões de Crédito (3Q2024)



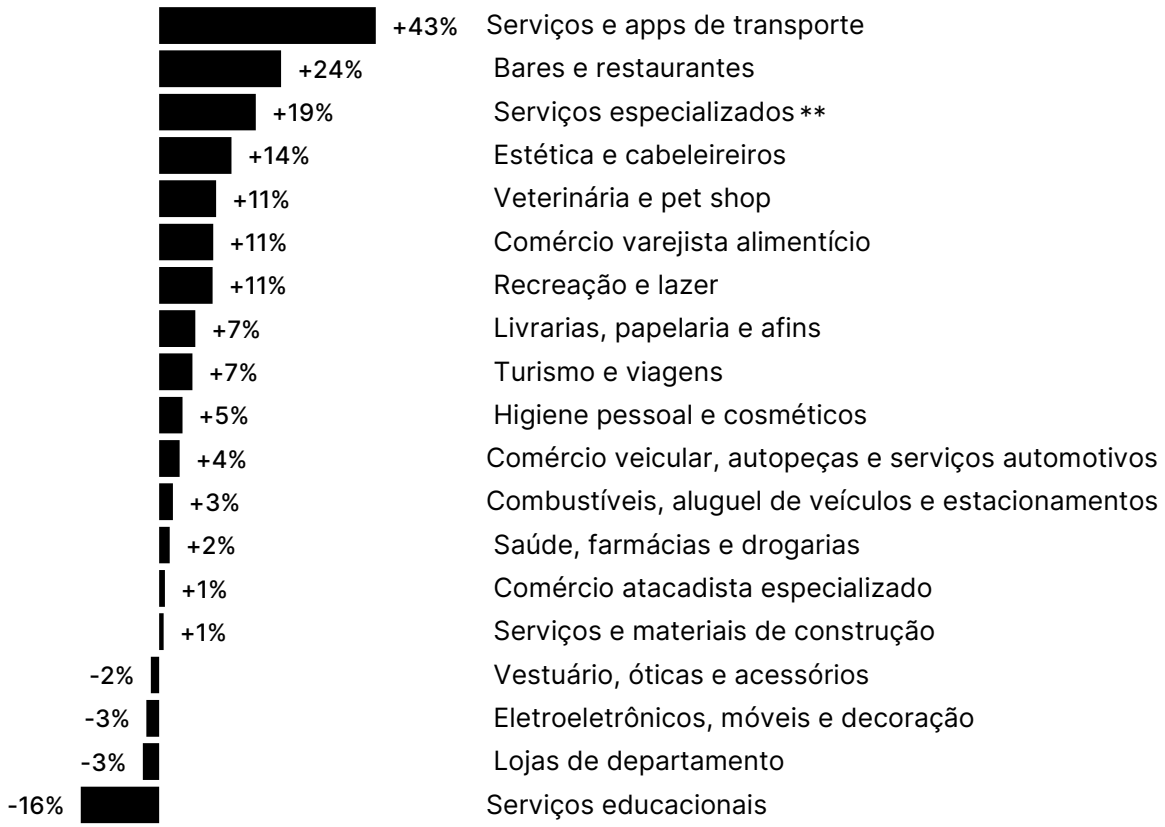
Destaques entre as transações presenciais com Cartões de Crédito

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

No 3Q2024, 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; serviços especializados**; estética e cabeleireiros; veterinária e pet shop; entre outros.*

Em contraponto, houve queda no número de transações e compras presenciais efetivadas com cartões de crédito no seguintes segmentos: *serviços educacionais; lojas de departamento; eletroeletrônicos, móveis e decoração* etc.

Evolução do número de transações no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

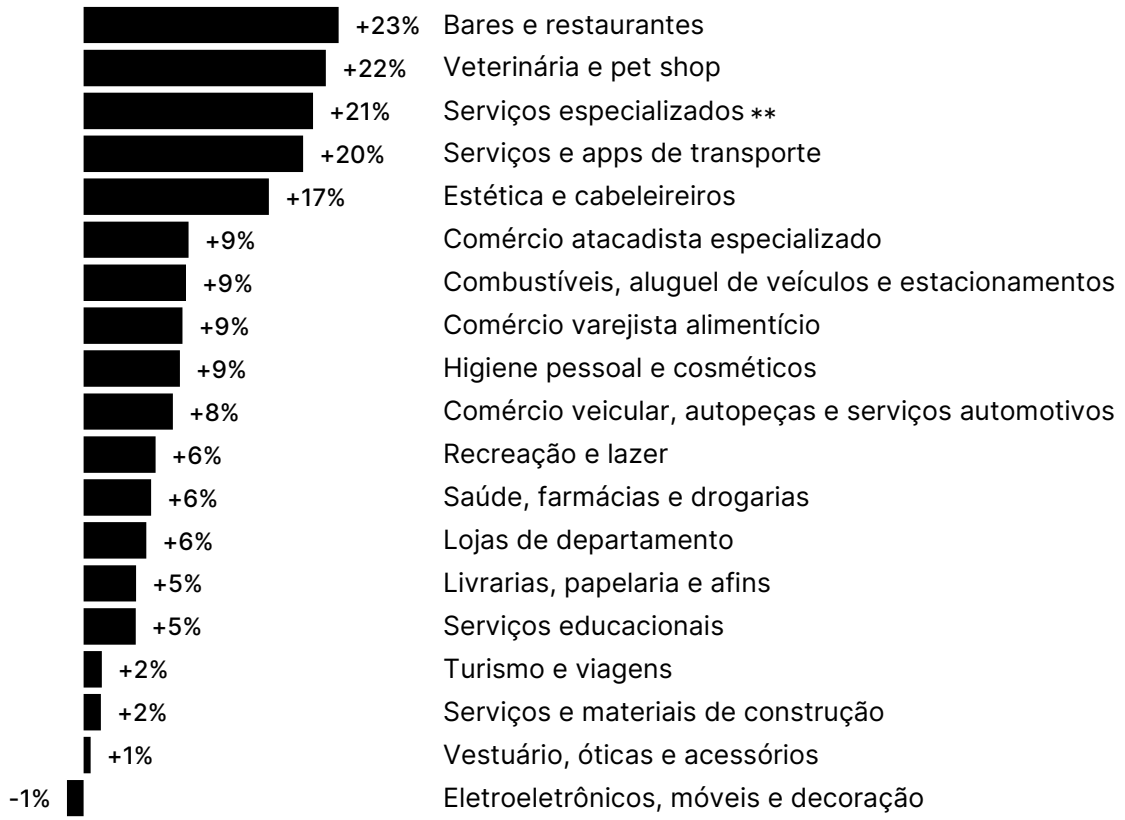
Destaques em valor transacionado por Meio Presencial com Cartões de Crédito

Consumo presencial com crédito cresceu mais em bares e restaurantes, cuidados com os *pets*, serviços especializados** e transportes

Já em termos de valor transacionado, o aumento no consumo presencial com cartões de crédito também foi generalizado, com destaque para: *bares* e restaurantes; *veterinária e pet shop; serviços especializados; serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; comércio atacadista especializado; venda de combustíveis;* entre muitos outros.

Por outro lado, houve queda nos gastos presenciais via cartões de crédito apenas com *eletroeletrônicos, móveis e decoração.*

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

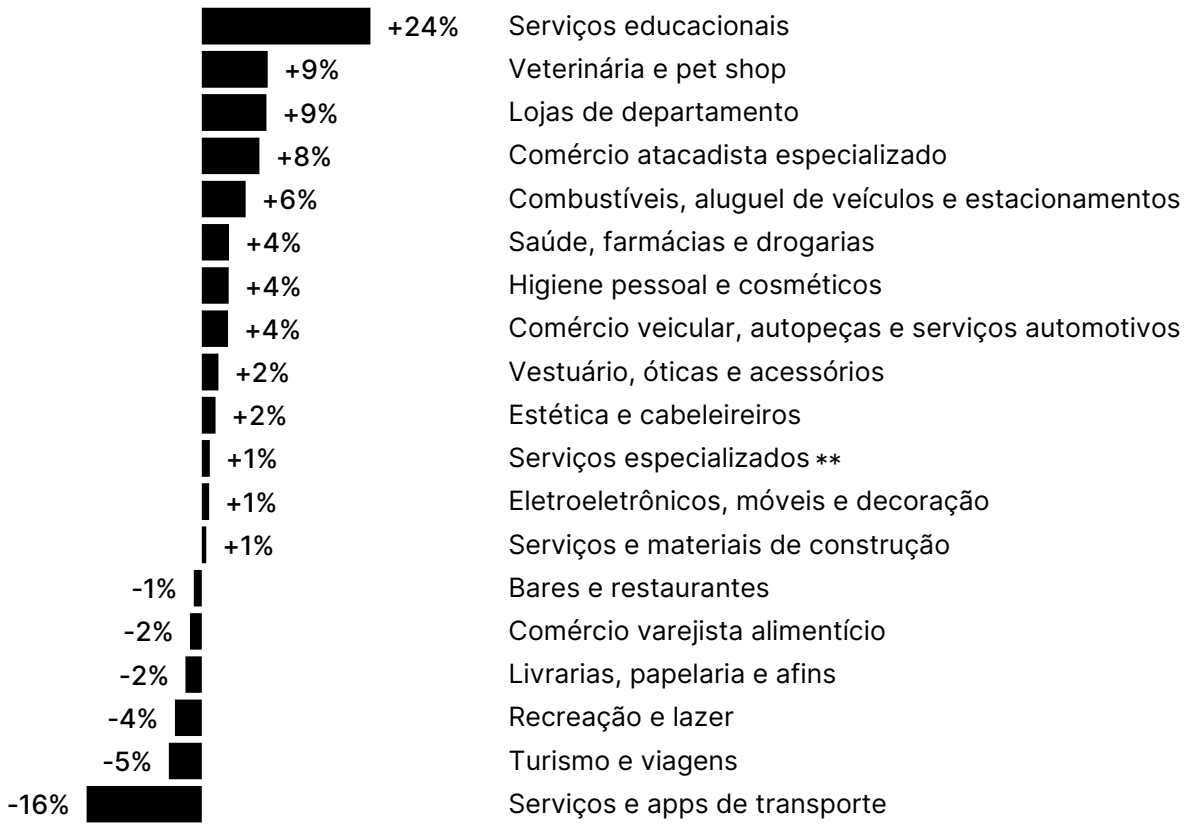
Destaques em valor médio em transações presenciais com Cartões de Crédito

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 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

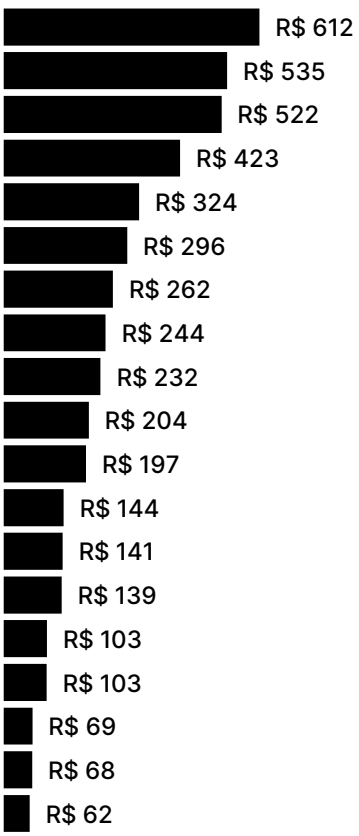
Destaques em valor médio por transação presencial com Cartões de Crédito

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

Ainda considerando as compras presenciais com cartões de crédito, os maiores valores médios por transação no 3Q2024 foram registrados nos seguintes segmentos: *comércio automotivo; serviços educacionais; eletroeletrônicos, móveis e decoração; serviços e materiais de construção*; *cuidados com os pets; turismo e viagens.*

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

Valor médio por transação no 3Q2024*



R$ 612	Comércio veicular, autopeças e serviços automotivos
R$ 535	Serviços educacionais
R$ 522	Eletroeletrônicos, móveis e decoração
R$ 423	Serviços e materiais de construção
R$ 324	Veterinária e pet shop
R$ 296	Turismo e viagens
R$ 262	Vestuário, óticas e acessórios
R$ 244	Comércio atacadista especializado
R$ 232	Lojas de departamento
R$ 204	Estética e cabeleireiros
R$ 197	Serviços especializados **
R$ 144	Saúde, farmácias e drogarias
R$ 141	Higiene pessoal e cosméticos
R$ 139	Recreação e lazer
R$ 103	Combustíveis, aluguel de veículos e estacionamentos
R$ 103	Livrarias, papelaria e afins
R$ 69	Serviços e apps de transporte
R$ 68	Comércio varejista alimentício
R$ 62	Bares e restaurantes

* Valor médio no 3Q2024.
** 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 3Q2024 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

A possibilidade de realizar pagamentos de forma parcelada é um dos grandes diferenciais dos cartões de crédito e se tornou uma prática profundamente enraizada nos hábitos de consumo dos brasileiros.

Uma das principais vantagens do parcelamento é a flexibilidade que ele oferece ao orçamento familiar. Ao dividir o pagamento de uma compra em parcelas, os consumidores conseguem gerenciar seus recursos de maneira mais eficiente ao longo do tempo, evitando comprometer de imediato os limites financeiros disponíveis. Isso permite que grandes aquisições sejam feitas sem a necessidade de um desembolso único.

Outro benefício significativo é o aumento da acessibilidade e democratização do consumo. A modalidade de pagamento parcelado possibilita a aquisição de produtos e serviços de alto valor, como eletrodomésticos, eletrônicos, passagens aéreas e hospedagens, que podem ser pagos em parcelas menores e mais manejáveis. Assim, os consumidores conseguem realizar compras que, de outra forma, seriam inviáveis se o pagamento tivesse que ser feito à vista, muitas vezes sem a cobrança de taxas adicionais (o “parcelamento sem juros”)..

Além de aumentar o poder de compra, o parcelamento também proporciona previsibilidade financeira, uma vez que as parcelas são fixas e permitem ao consumidor planejar suas despesas futuras com maior segurança. Isso facilita o controle do orçamento pessoal ou familiar, já que os valores das parcelas são previamente acordados e distribuídos ao longo de meses.

Em resumo, a modalidade parcelada das transações com cartões de crédito continua a ser um elemento fundamental do mercado, flexibilizando o acesso a bens e serviços e maior valor, contribuindo para uma cultura de consumo mais acessível e planejada.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito Parcelado no 3Q2024

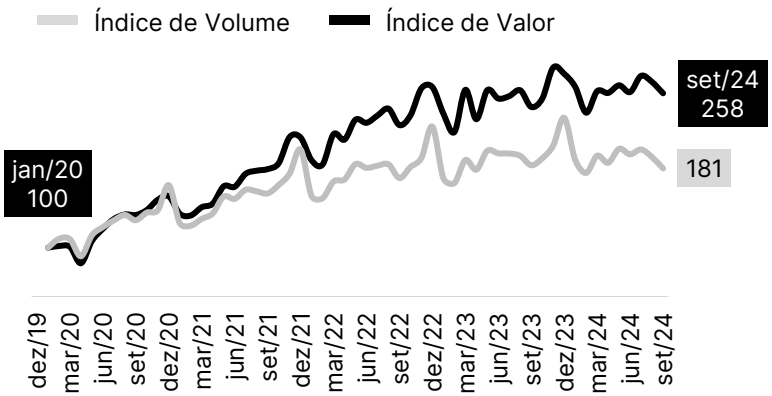
Gastos com compras parceladas cresceram 6% no 3Q2024 e 6%, nos últimos 12 meses

No 3Q2024, o número de transações parceladas no crédito ficou estável, enquanto os valores transacionados avançaram 6%. Nos últimos 12 meses, o número de transações cresceu 3%, enquanto o valor transacionado avançou 6%.

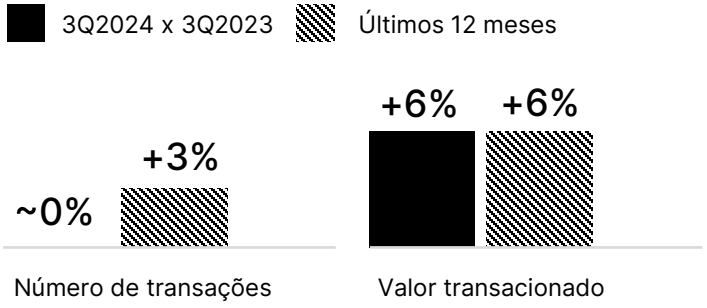
O valor médio das compras parceladas no 3Q2024 foi de R$ 607, acima da média nos últimos 12 meses (R$ 585). Nos dois casos, esse valor também cresceu (6% e 3%)

Entre janeiro de 2020 e setembro de 2024, os gastos parcelados no crédito cresceram 158%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$607 +6% ↑
Média no 3Q2024

R$585 +3% ↑
Média nos últimos 12 meses

Consumo via Crédito Parcelado por Grupo de Renda

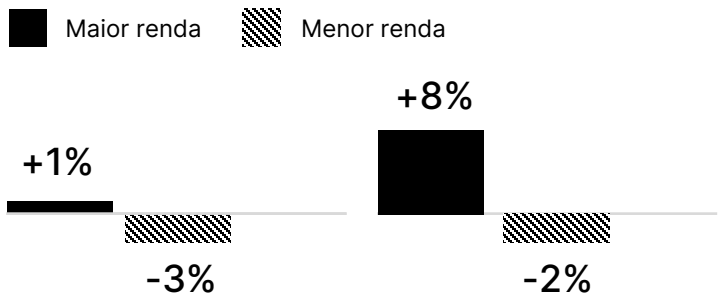
Compras parceladas no crédito avançam exclusivamente junto ao público de maior poder aquisitivo

Os dados do 3Q2024 revelam que as compras parceladas com cartões de crédito, dentro do recorte de famílias de maior renda, cresceram 1%, em número de transações, e de 8%, em valor transacionado – nos dois casos, em comparação com o 3Q2023.

Esse desempenho do crédito contrasta com declínio nos gastos com crédito parcelado dentro do grupo de menor renda: -3% e -2%, respectivamente, em quantidade e valor.

O valor médio por transação também foi maior nas compras parceladas junto aos portadores de maior poder aquisitivo (R$ 678) em relação à média por transação na menor renda (R$ 406).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado com Cartões de Crédito*

Maior renda		Menor renda	
46%	~0 pp •	48%	-3 pp ↓

Valor médio por transação*

Maior renda		Menor renda	
R$678	+7% ↑	R$406	+1% ↑

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Uso do Crédito Parcelado para compras digitais e presenciais

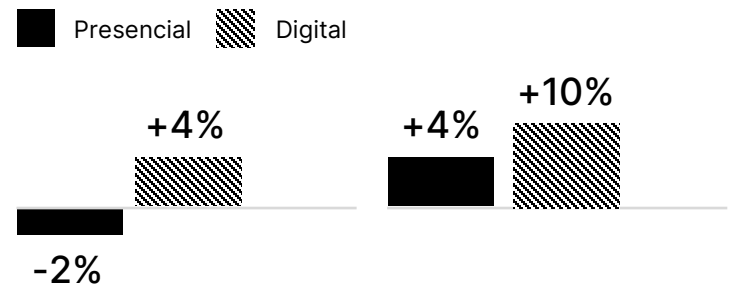
Uso do parcelamento é mais frequente nas compras presenciais. Por outro lado, crescimento no digital é superior

Os dados do 3Q2024 revelam que as compras presenciais representavam a maior parte das transações (69%) e gastos (67%) parcelados via cartões de crédito. Entre o 3Q2023 e 3Q2024, as transações presenciais no crédito parcelado recuaram 2%, enquanto os gastos cresceram 4%.

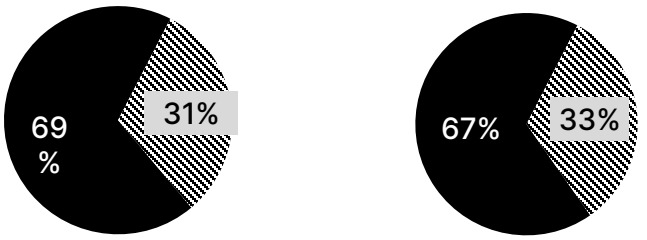
Embora o meio digital tenha menos participação no uso do crédito parcelado (31% das transações e 33% dos gastos no crédito), o consumo por esse canal teve um desempenho superior no período 3Q2024 (+4% e 10%, respectivamente).

O valor médio por transação também foi maior nas compras feitas por meio digital (R$ 634) em relação à modalidade presencial (R$ 595).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

R$595 +6% ↑
Presencial

R$634 +5% ↑
Digital

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

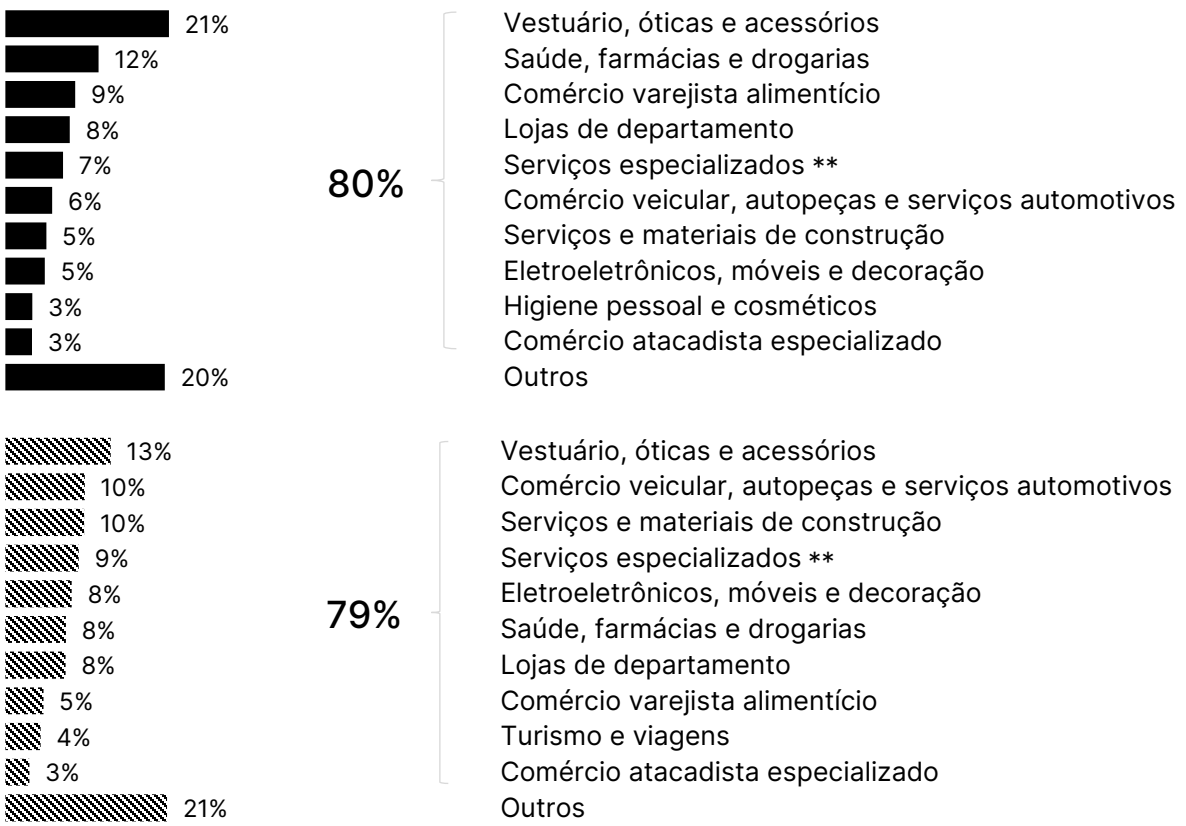
Distribuição do consumo no Crédito Parcelado entre segmentos

Gastos parcelados se concentram em vestuário, saúde, serviços e materiais de construção, comércio automotivo, lojas de departamento e serviços especializados**

Considerando as compras parceladas, 80% das transações do 3Q2024 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 3Q2024 representaram 79% do total, com destaque para *vestuário e acessórios; comércio automotivo; serviços e materiais de construção; serviços especializados**;* entre outros.

Distribuição das transações e gastos efetuadas com Cartões de Crédito (3Q2024)



** 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).

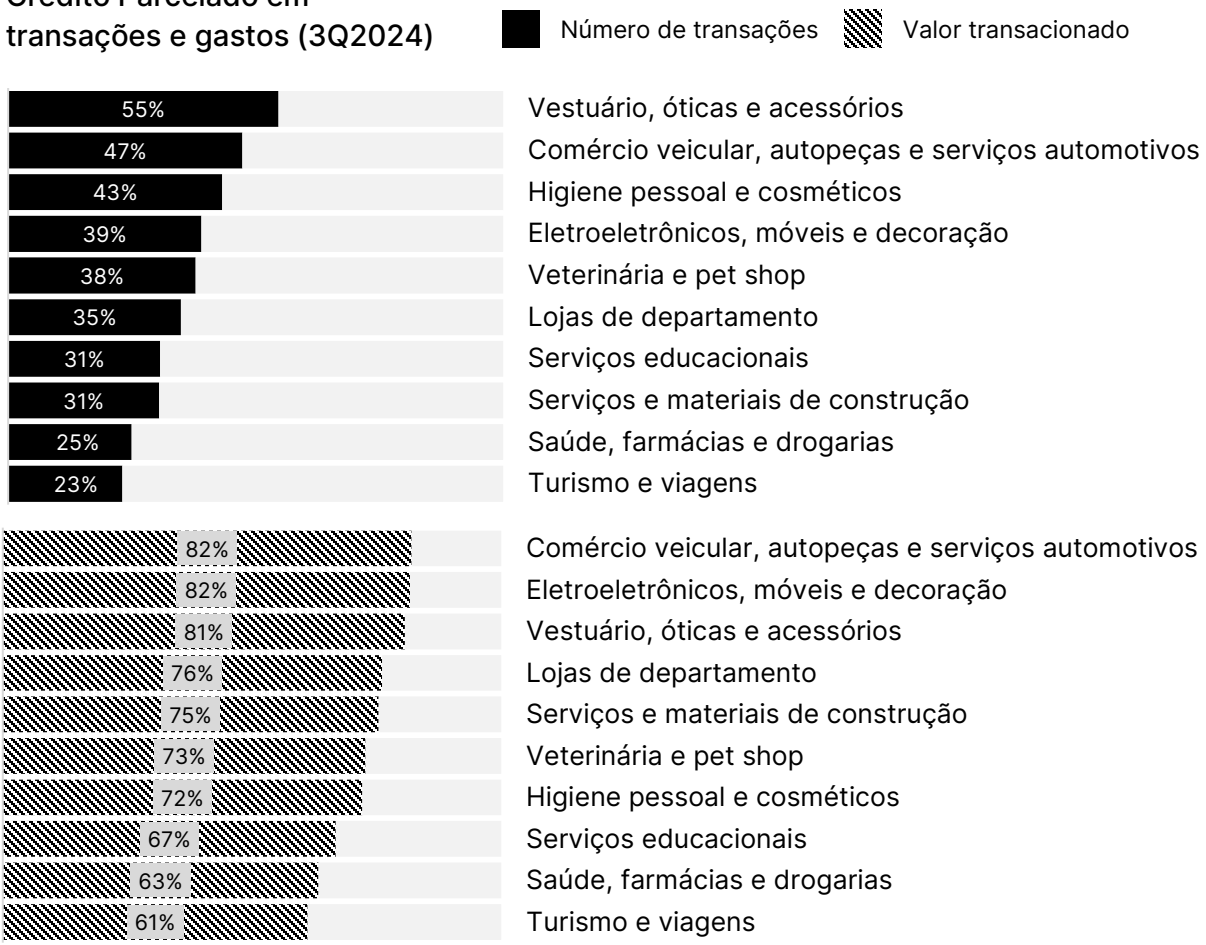
Segmentos com maior penetração do Parcelamento nas compras com Cartões de Crédito

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; comércio automotivo; higiene pessoal e cosméticos e eletroeletrônicos.*

Em valor, o parcelamento teve suas maiores penetrações em: *comércio automotivo; eletroeletrônicos, móveis e decoração; 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 (3Q2024)



** 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 comércio automotivo

Em termos de número de transações, o uso do crédito parcelado no 3Q2024 cresceu em cerca de metade dos segmentos, com destaque para os seguintes: *veterinária e pet shop; higiene pessoal e cosméticos; estética e cabeleireiros; comércio automotivo e atacadista especializado, livrarias e papelarias; serviços especializados**;* entre outros.

Em contraponto, houve queda nas transações efetivadas com crédito parcelado em: *serviços educacionais; bares e restaurantes; turismo e viagens; serviços e apps de transporte; recreação e lazer; lojas de departamento;* entre outros.

Evolução do número de transações no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 3Q2024 foi bem mais abrangente, com destaque para: *veterinária e pet shop; comércio atacadista especializado; serviços e apps de transporte; estética e cabeleireiros; serviços especializados**; higiene pessoal e cosméticos; livrarias, papelaria se afins; bares e restaurantes; entre outros segmentos.*

Por outro lado, houve retração no valor transacionado com pagamento parcelado em apenas dois dos segmentos : *serviços educacionais e lojas de departamento.*

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

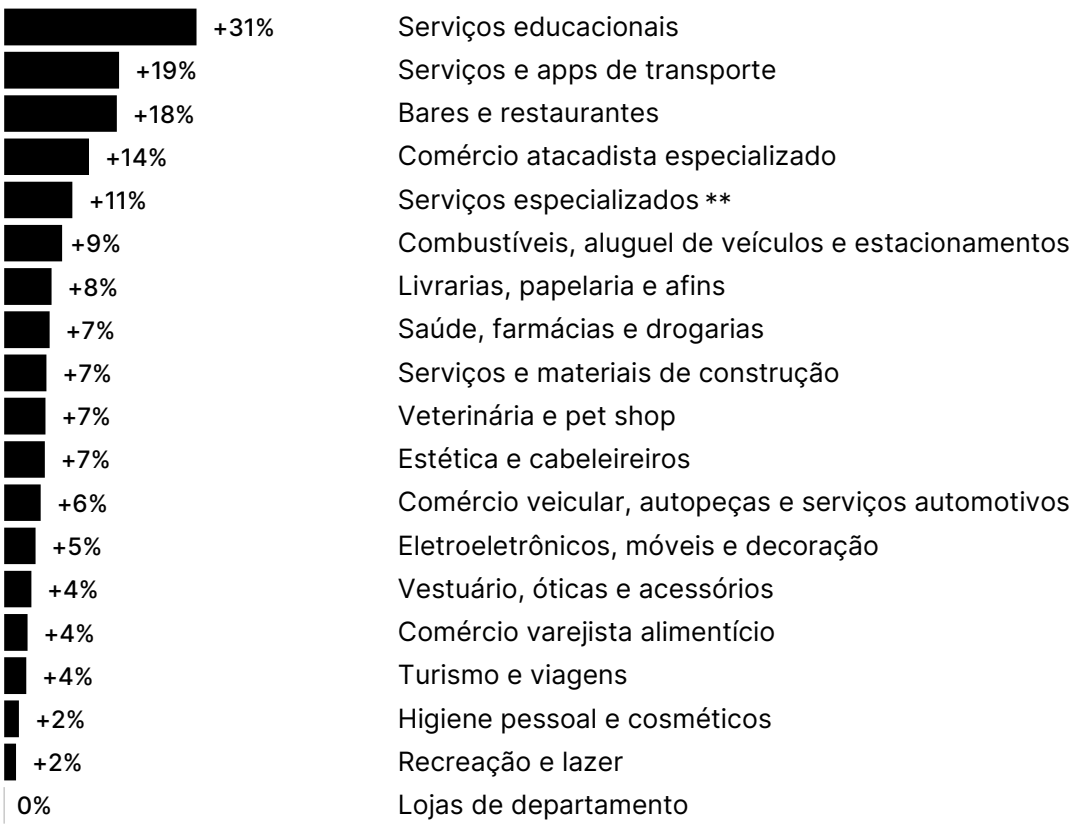
Destaques em valor médio por transação com Crédito Parcelado

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 praticamente todos os segmentos analisados, com destaque para os seguintes: *serviços educacionais; serviços e apps de transporte; bares e restaurantes; comércio atacadista especializado; serviços especializados***; entre outros segmentos.

Por outro lado, o valor médio gasto em *lojas de departamento* ficou estável no período.

Evolução do valor médio por transação no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

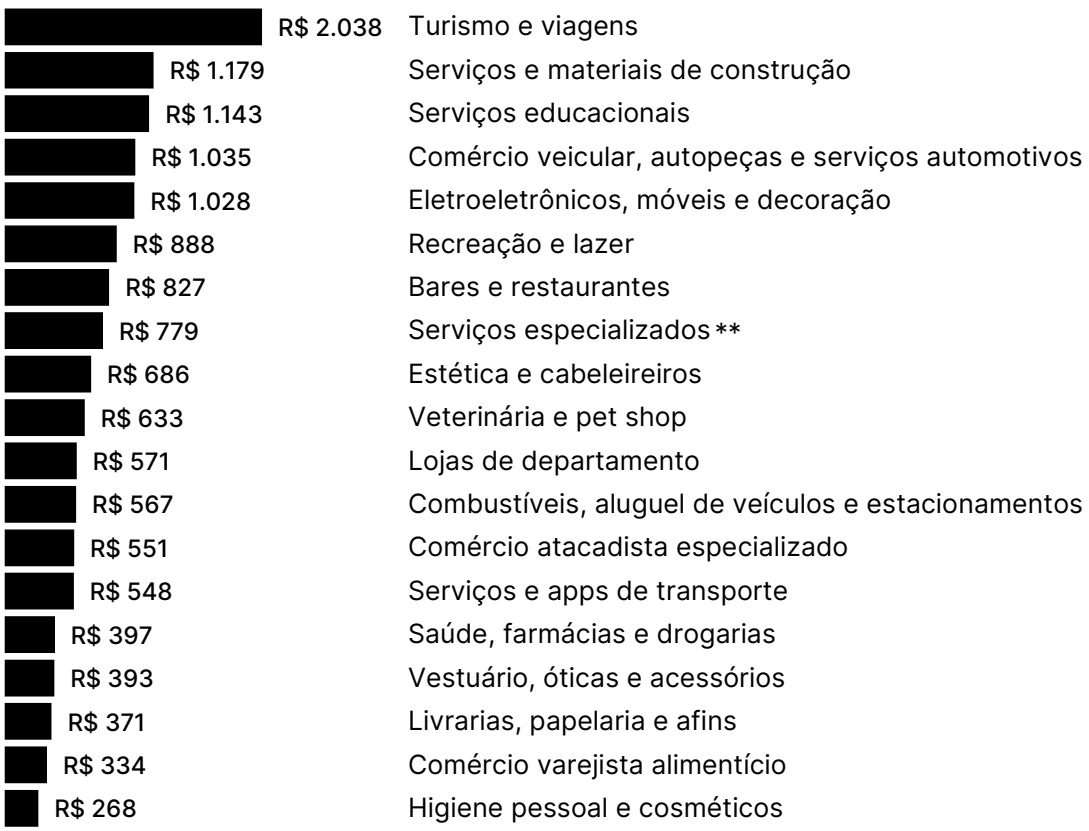
Destaques em valor médio por transação com Crédito Parcelado

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

Considerando os gastos parcelados com cartões de crédito no 3Q2024, os maiores valores médios por transação foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; serviços e materiais de construção; serviços educacionais; comércio automotivo; eletroeletrônicos, móveis e decoração; 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; vestuário, óticas e acessórios; saúde, farmácias e drogarias; serviços e apps de transporte;* entre outros segmentos.

Valor médio por transação no 3Q2024*



* Valor médio no 3Q2024.
** 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 3Q2024, 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 de cartões de crédito para pagamentos à vista é uma alternativa atrativa para muitos consumidores devido à sua conveniência e segurança. Diferente dos pagamentos em dinheiro ou débito, onde o valor é imediatamente deduzido da conta bancária, o pagamento à vista com cartão de crédito permite que o consumidor mantenha seu saldo disponível até a data de vencimento da fatura.

Embora os cartões de crédito sejam amplamente conhecidos pela possibilidade de parcelamento, os pagamentos à vista com esse meio também têm um papel significativo no comportamento de compra. Para muitos consumidores, optar por pagar à vista no cartão de crédito pode ser uma maneira eficaz de evitar o descontrole financeiro que o parcelamento excessivo pode causar. Quando as parcelas de múltiplas compras se acumulam, elas podem comprometer seriamente a renda futura, levando ao endividamento. Nesse sentido, a quitação das compras na fatura do mês corrente ajuda a gerenciar o fluxo financeiro familiar de forma mais controlada.

Os varejistas também reconhecem as vantagens de incentivar os pagamentos à vista com cartão de crédito. Muitas vezes, oferecem descontos ou promoções especiais para esse tipo de transação, uma vez que ela gera liquidez imediata e evita os custos associados a parcelamentos, como taxas e encargos. Esses incentivos tornam o pagamento à vista uma opção ainda mais vantajosa para os consumidores, que podem economizar tanto em comparação com o uso de cartões de débito quanto em relação ao parcelamento. Dessa forma, o uso do crédito à vista oferece um equilíbrio entre as vantagens da modalidade de crédito, sem os riscos associados ao parcelamento excessivo. Ele combina a flexibilidade do crédito com a disciplina de não adiar o pagamento, ajudando os consumidores a manterem suas finanças sob controle enquanto se beneficiam dos incentivos e da segurança do cartão.

Comportamento do Consumo com Cartões de Crédito à Vista no 3Q2024

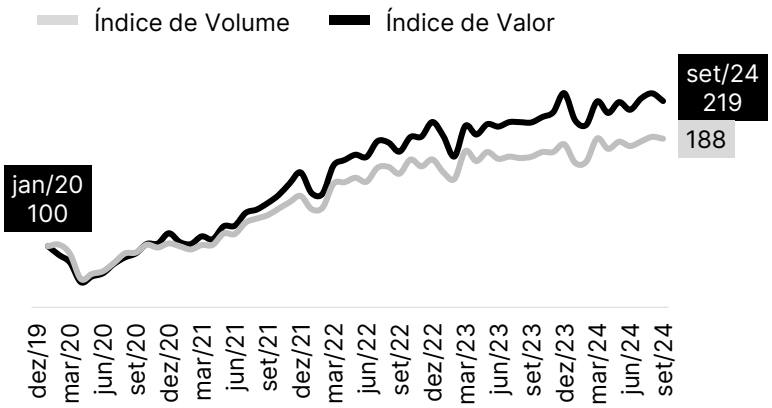
Transações efetuadas à vista no crédito cresceram 9% no 3Q2024, acompanhadas uma alta de 7% no valor transacionado

Entre o 3Q2023 e o 3Q2024, o número de transações efetivadas à vista com cartões de crédito cresceu 9%, em paralelo a uma alta de 7% nos valores transacionados. Nos últimos 12 meses, tanto o número de transações quanto o valor transacionado avançaram 10%.

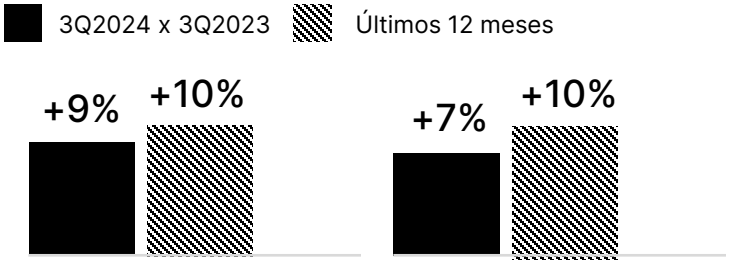
O valor médio por transação efetivada à vista no crédito foi de R$ 86 no 3Q2024, idêntico à média observado nos últimos 12 meses.

Entre janeiro de 2020 e setembro de 2024, os gastos à vista no crédito cresceram 119%.

Índices de Consumo
Base 100 = janeiro/2020



Número de transações e valor transacionado



Valor médio por transação

R$86 +1% ↑
Média no 3Q2024

R$86 +3% ↑
Média nos últimos 12 meses

Compras no Crédito à Vista por Grupo de Renda

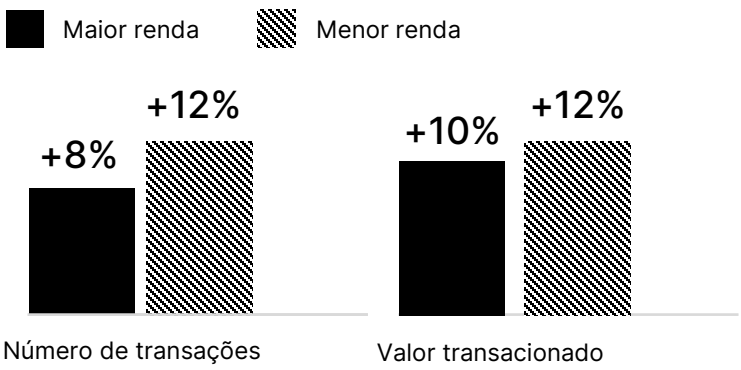
Importância do crédito à vista é maior junto ao público de maior renda, embora tenham crescido menos no 3Q2024

Conforme mostram os dados do 3Q2024, as compras efetivadas no crédito à vista representavam 52% dos gastos com cartões de crédito pelo público de menor renda, contrastando o percentual de 54% entre integrantes do grupo de maior poder aquisitivo.

Comparativamente, as compras à vista cresceram mais junto ao público de menor renda, seja em número de transações ou valor gasto (+12%). Para o público de maior renda, as variações foram menores (+8% e +12%).

Por outro lado, o valor médio por transação foi maior nas compras efetivadas no crédito à vista pelo do público de maior renda (R$ 94) em relação à média na menor renda (R$ 61).

Número de transações e valor transacionado*



Parcela do valor transacionado feita por Cartões de Débito*

Maior renda		Menor renda	
54%	~0% • pp	52%	+3% pp ↑

Valor médio por transação*

Maior renda		Menor renda	
R$94	+2% ↑	R$61	~0% •

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

Uso do Crédito à Vista para compras digitais e presenciais

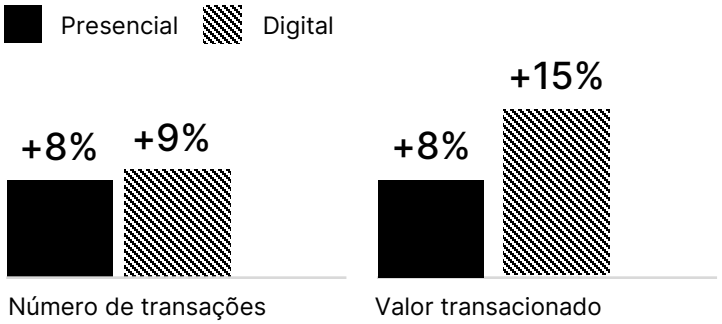
Embora mais frequente em compras presenciais, gastos efetuados com crédito à vista cresceram mais nos canais digitais

Os dados do 3Q2024 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 8% no 3Q2024*.

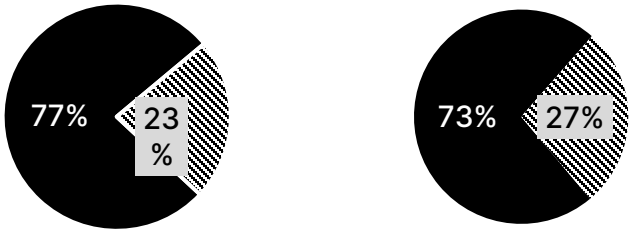
Já o meio digital respondeu por uma parcela menor das transações e gastos à vista, embora tenha exibido um crescimento relevante de 15% no consumo no mesmo horizonte temporal.

O valor médio por transação efetivada à vista no crédito foi relativamente maior nas compras por meio digital (R$ 103) em comparação àquelas efetivadas presencialmente (R$ 81).

Número de transações e valor transacionado*



Distribuição das transações e do valor transacionado*



Valor médio por transação*

* Valor médio (R$) em 3Q2024.
Distribuição média no 3Q2024.
Variação (%) entre 3Q2023 e 3Q2024.

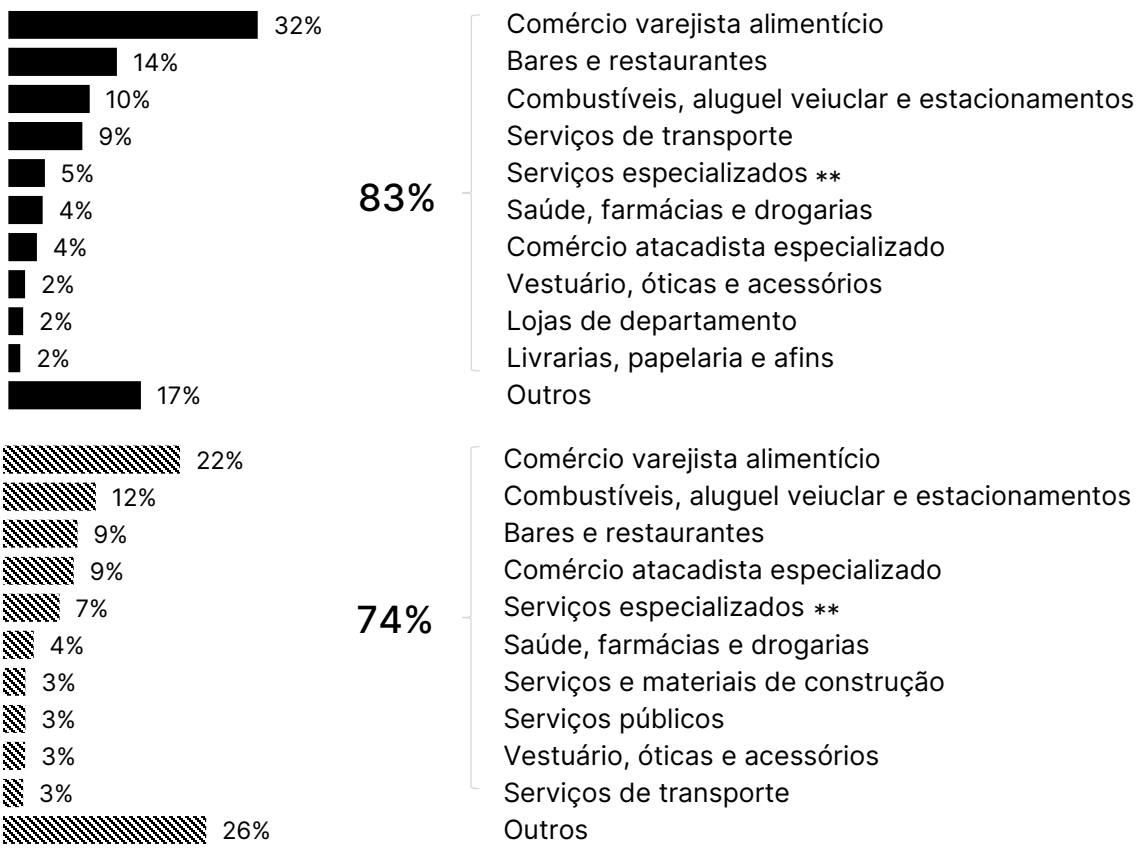
Distribuição do consumo com pagamento no Crédito à Vista

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), 83% das transações do 3Q2024 se concentravam em 10 segmentos, com destaque para: alimentação*, transporte**; serviços especializados**; saúde, farmácias e drogarias; comércio atacadista; vestuário e acessórios.

Em termos de valor, os 10 principais segmentos de 3Q2024 representaram 74% do total, com destaque para *alimentação*; transporte***, *comércio atacadista; serviços especializados***; *saúde, farmácias e drogarias.*

Distribuição das transações e gastos efetuadas à vista com Cartões de Crédito (3Q2024)



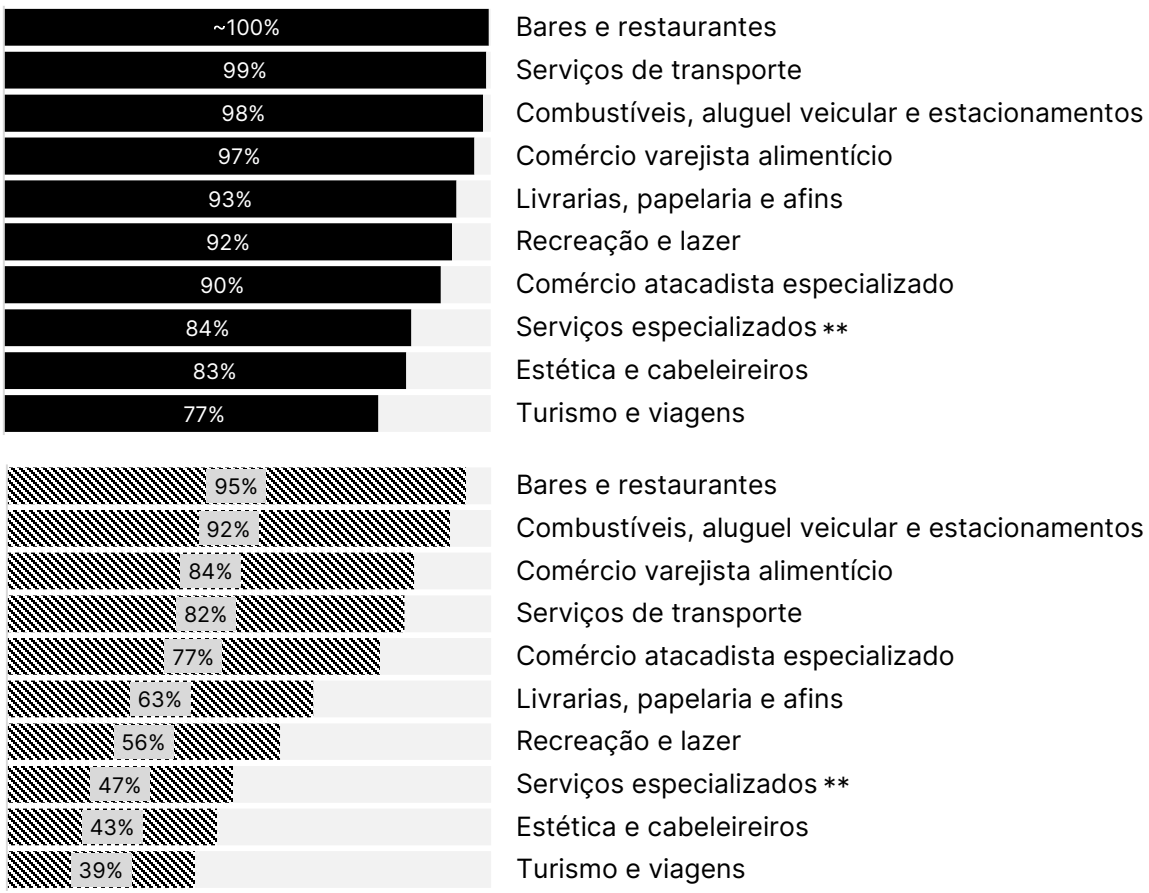
* Alimentação = Comércio Varejista Alimentício + Bares e Restaurantes.
** Transporte = Combustíveis, estacionamento e locação de veículos + serviços e apps de transporte.
** Serviços especializados incluem pagamento por seguros, serviços de consultoria imobiliária, carteiras digitais e serviços por assinatura (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 3Q2024, a importância do crédito à vista para o consumo global com cartões de crédito era relativamente mais relevante para os seguintes segmentos: *alimentação*; transporte**; comércio atacadista especializados; livrarias e papelarias; recreação e lazer; 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 (3Q2024)



* 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).

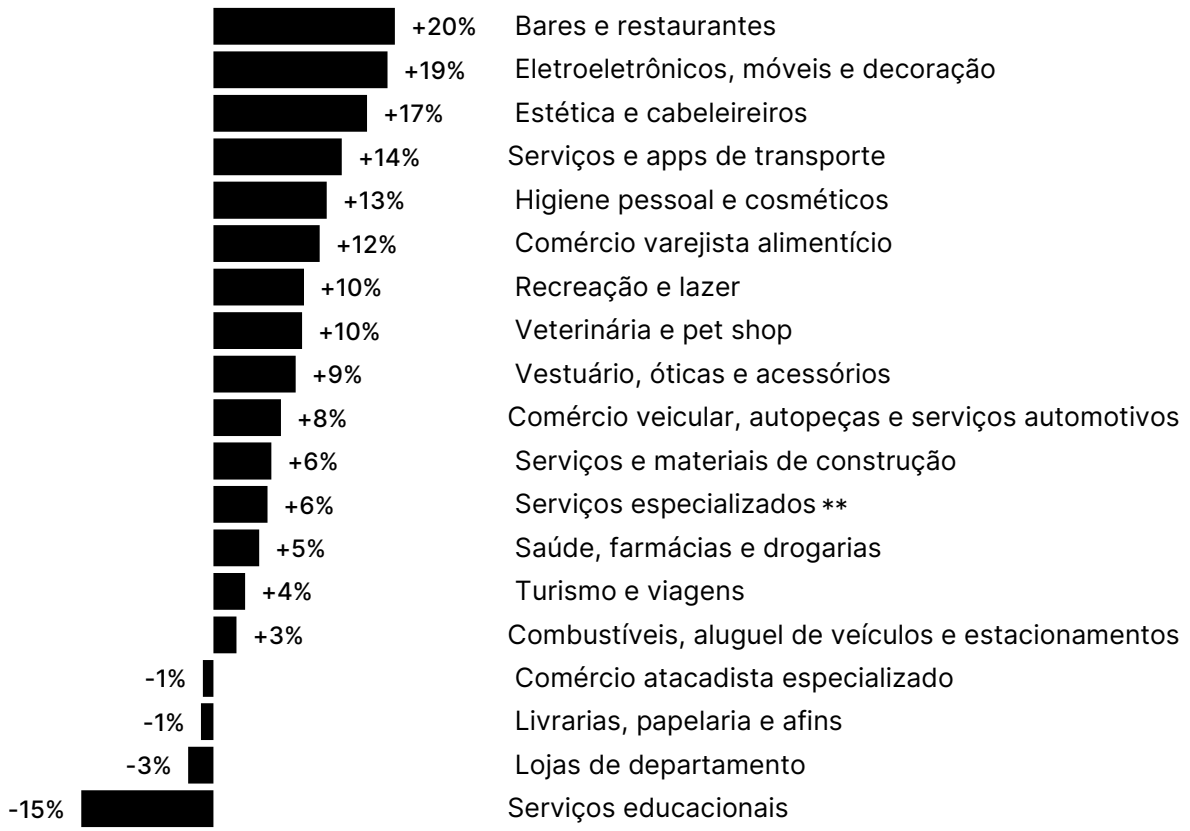
Destaques em número de transações no Crédito à Vista

Alta nas compras à vista no crédito ocorreu em bares e restaurantes, eletroeletrônicos, transporte, além de cuidados pessoais

No 3Q2024, o número de transações efetuadas com crédito à vista cresceram na maior parte dos segmentos, incluindo: *bares e restaurantes; eletroeletrônicos, móveis e decoração; estética e cabeleireiros; serviços e apps de transporte; higiene pessoal e cosméticos; comércio varejista alimentício; recreação e lazer;* entre outros.

Em contraponto, houve recuo nas transações efetivadas à vista com cartões de crédito em quatro segmentos: *serviços educacionais; lojas de departamento; livrarias, papelarias e afins; além de comércio atacadista especializado.*

Evolução do número de transações no 3Q2024*



* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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 no 3Q2024, os maiores aumentos nos gastos efetivados no crédito à vista ocorreram em: *serviços e apps de transporte; eletroeletrônicos, móveis e decoração; higiene pessoal e cosméticos; estética e cabeleireiros; lojas de departamento; bares e restaurantes; veterinária e pet shop;* entre outros.

Excetuando-se à tendência positiva nos gastos, houve queda nos gastos efetivados à vista com cartões de crédito com *turismo e viagens*, que inclui agências, passagens aéreas e hospedagem.

Evolução do valor transacionado no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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; higiene pessoal e cosméticos; serviços e apps de transporte; venda de combustíveis; veterinária e pet shop.*.

Por outro lado, houve recuo no valor médio transacionado em três segmentos: *eletroeletrônicos, móveis e decoração; bares e restaurantes; turismo e viagens.*

Evolução do valor médio por transação no 3Q2024*

* Variação entre 3Q2023 e 3Q2024.
** 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).

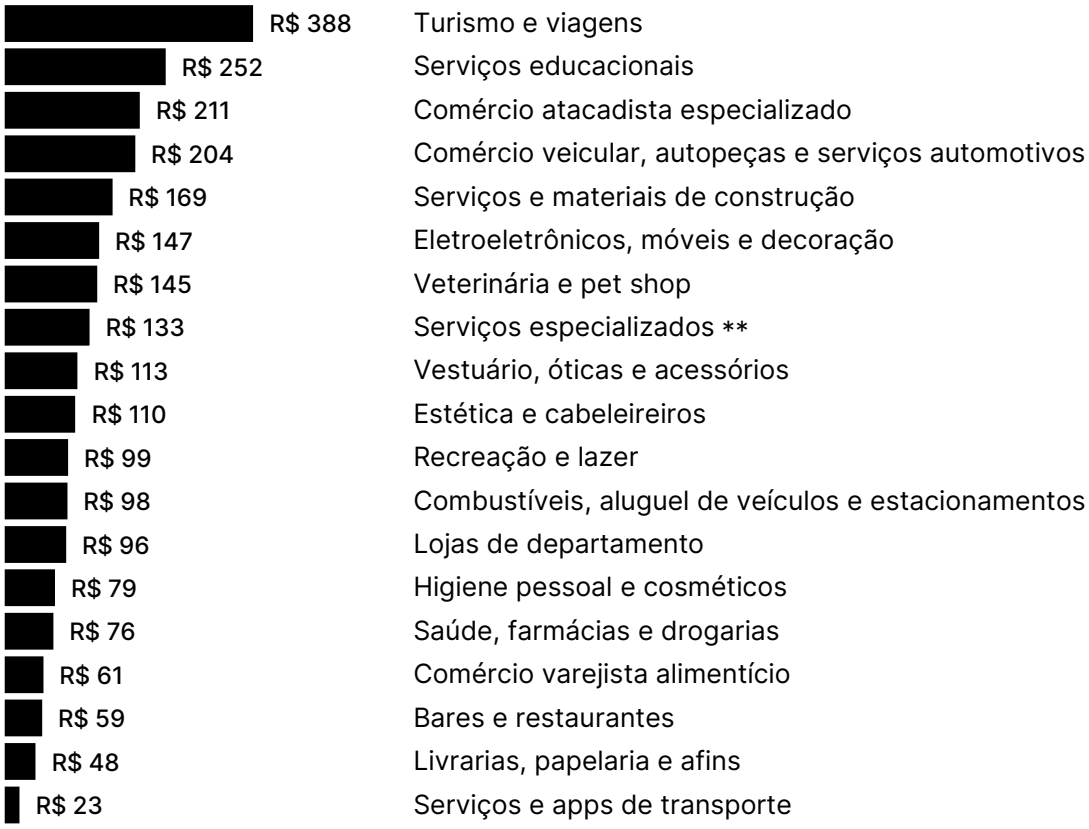
Destaques em valor médio por transação no Cartões de Crédito à Vista

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

Considerando as compras efetivadas à vista no crédito, os maiores valores médios por transação no 3Q2024 foram registrados nos seguintes segmentos: *turismo e viagens; serviços educacionais; comércio atacadista especializado; comércio automotivo; serviços e materiais de construção;* entre outros.

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

Valor médio por transação no 3Q2024*



* Valor médio no 3Q2024.
** 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 restante de 2024

Insights, tendências e oportunidades emergentes para o restante de 2024

Em uma análise perspectiva, os números do 3Q2024 destacaram um cenário maritalmente positivo para os segmentos do varejo, com crescimento relevante em diferentes grupos de interesse e canais transacionais. A expectativa de que a economia brasileira encerre o ano com crescimento e pleno emprego são elementos que fortalecem as expectativas dos agentes.

Ao mesmo tempo, a retomada de um pequeno ciclo de elevação das taxas de juros – motivado pelas preocupações com superaquecimento da economia e possíveis impactos nos preços de bens e serviços – pode frear esse ímpeto, especialmente em face de seus efeitos negativos sobre o endividamento e a inadimplência das famílias, especialmente as de menor poder aquisitivo.

Quanto ao mercado de cartões, o crescimento robusto do meio de pagamento apresentado tanto pela ABECS quanto, em um recorte mais recente, pelos números expostos nesta edição de Hábitos de Consumo fornece evidências interessantes que reforçam as perspectivas promissoras para varejo para o final de 2024 – contato nesse caso com o reforço de eventos sazonais como Dia das Crianças, *Black Friday*, Natal e Ano Novo.

Se, por um lado, o crescimento é sempre bem-vindo, há que se notar as transformações em curso nos hábitos de consumo e de uso dos meios de pagamento. A introdução e popularização de novas tecnologias – sejam elas aplicadas aos cartões (como o pagamento sem contato e por wallet/smartphone) – oferece indícios renovados de que fronteiras previamente existentes entre os meios de pagamento estão cada vez mais tênues, moldadas pela busca de maior conveniência, rapidez e aceitação no mercado brasileiro.

No caso dos cartões de crédito, os resultados apresentados neste documento reforçaram seu viés crescentemente transacional e polivalente entre os meios disponíveis às famílias, contribuindo para o pagamento de transações antes reservadas ao débito ou mesmo ao papel moeda. A exploração dessas potencialidades é um desafio para o varejo.

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 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