

Mercado de pagamentos em dados

1º Tri 2023

Brasil é digital e 76% dos pagamentos já são feitos com Pix ou cartão



instituto

Propague

stone



Sumário executivo

Neste Pagamento em Dados, trazemos o resultado do 1º trimestre de 2023. O período registrou novo momento de fortalecimento da digitalização dos meios de pagamento no Brasil e manteve a forte relevância do cartão como instrumento de pagamento para os brasileiros, com novo estudo do Banco Central reforçando as análises que vêm sendo reportadas neste relatório desde 2021. No âmbito do Varejo e Serviços, o diagnóstico do acumulado de 2022 se mantém e há um processo de desaceleração ocorrendo em decorrência dos desafios da conjuntura econômica.

Olhando para os dados de digitalização, chama atenção que cerca de 76% de todas as transações de pagamentos realizadas no 1º trimestre de 2023 foram feitas com Pix (34,7%) ou cartões (41,2%), um crescimento de aproximadamente 6 pontos percentuais em relação ao 1º trimestre de 2022. Adicionalmente, os saques corresponderam a apenas 2,5% do total das transações feitas nos três primeiros meses do ano, uma queda de quase 2 pontos percentuais na comparação com o mesmo período de 2022. O Pix, especificamente, segue crescendo: entre março de 2022 e de 2023, viu sua participação no mercado P2B crescer cerca de 5 pontos percentuais e chegar a aproximadamente 13,5% ao passo que boletos caíram 4,5 pontos percentuais e cartões se mantiveram relativamente constantes.

No caso específico da digitalização por meio de gastos não presenciais com cartões, os brasileiros gastaram cerca de R\$ 180 bilhões dessa forma no 1º trimestre de 2023: um crescimento de cerca de 10,8% em relação ao 1º trimestre de 2022, puxado pelo uso do cartão de crédito (+10,5%) e do pré-pago (+40%) em compras online dentro de e-commerce e aplicativos. Já no caso dos pagamentos por aproximação, o mercado registrou um crescimento de mais de 85% no comparativo com os três primeiros meses de 2022: em março de 2023, cerca de 44,3% das transações presenciais com cartão foram feitas por aproximação, ao passo que apenas 29,3% o faziam em 2022 e 8% em 2021.

Olhando o mercado de cartões como todo, o 1º trimestre de 2023 apresentou crescimento de 10,7% do total transacionado em relação ao mesmo período de 2022, com crescimento de 12,7% no crédito, 47% no pré-pago e queda de 0,3% no débito. Já em termos de quantidade de transações, o 1º trimestre de 2023 registrou a expressiva marca de 110 milhões de pagamentos com cartões por dia e crescimento de 8,5%, 6% e 52% no crédito, débito e pré-pago, respectivamente. Ainda houve uma queda de quase 6% do ticket médio do débito e de 3,3% no do pré-pago. Indo na direção oposta, no entanto, o ticket médio do cartão de crédito subiu cerca de 3,8%.

Vale destacar que é preciso interpretar a queda do volume total transacionado com cartões de débito com cautela. A quantidade de transações aumentou, de modo que a queda não decorre de um menor uso da modalidade, mas da diminuição no ticket médio, e a média móvel de 12 meses indica crescimento, sugerindo que a modalidade está crescendo mais devagar, não decrescendo. Por essas razões, ainda parece precipitado tirar conclusões sobre as movimentações do cartão de débito. Ainda assim, os resultados encontrados geram uma demanda por acompanhamento próximo de desdobramentos futuros nas próximas edições.

Com relação ao uso do cartão de crédito em um contexto de aumento do endividamento das famílias, é possível observar que a ampla maioria das transações ainda não tem cobrança de taxa de juros: cerca de 73% do total do saldo da carteira de cartão de crédito para pessoas físicas em março de 2023 foi nas modalidades que não cobram juros (transações de cartão de crédito à vis-



ta e parcelado sem juros). Como ressaltamos no último relatório, este pode ser considerado um resultado positivo por sugerir, à primeira vista, um certo amadurecimento e uso mais consciente do cartão de crédito. Vale destacar, no entanto, que a proporção tem caído: em março de 2022 era 76,9%, ou seja, cerca de 3,8 pontos percentuais maior do que a atual.

Em relação à atividade econômica, o primeiro trimestre de 2023 foi de crescimento acima do esperado para a economia brasileira. O PIB avançou 1,9% ante os três últimos meses de 2022 e fica em evidência que a forte expansão da agropecuária e a manutenção da alta na economia de serviços foram fundamentais para esse resultado positivo. No entanto, após o bom resultado do setor de serviços até março, abril colocou em curso um forte arrefecimento, com queda de 1,6% no volume de vendas quando comparado a março. Tal queda foi generalizada, com quatro das cinco atividades mapeadas registrando taxas negativas, assim como 26 das 27 unidades da federação. O segmento mais afetado foi justamente o de Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio, com queda de 4,4%. Tal resultado é especialmente relevante, pois o mesmo foi o principal responsável pelo resultado positivo no primeiro trimestre de 2023, quando cresceu 7,5% entre fevereiro e março.

O Índice Stone de Varejo, importante métrica que acompanha a atividade do comércio varejista do país e tem como uma de suas vantagens uma frequência de divulgação bastante rápida, corrobora com a tese de arrefecimento identificada pelos dados da PMC do IBGE e a reforça por trazer dados mais recentes. Em maio o volume de vendas no comércio varejista caiu 2,3% quando comparado a abril e representativos 7,8% quando comparado a maio de 2022. Sendo assim, os dados do Índice Stone de Varejo corroboram com a ideia de arrefecimento da atividade varejista no país, especialmente pressionado pela redução do poder de compra das famílias. Em meio a esse contexto e resultados, não há perspectiva de reversão enquanto houver necessidade de manutenção da política monetária restritiva.

1. Mercado de Pagamentos

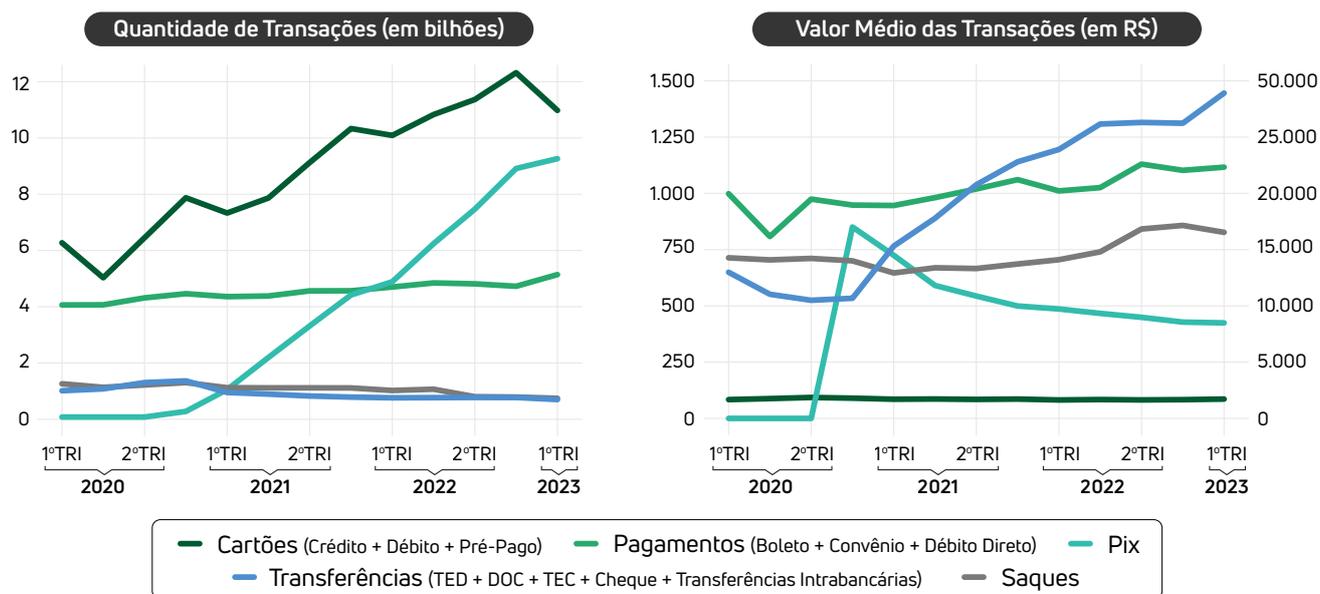
Ao longo de todas as edições deste relatório, temos acompanhado o forte processo de digitalização que a economia brasileira vem passando nos últimos anos, fenômeno que continua avançando em 2023. A **Figura 1** mostra a evolução trimestral do total de transações realizadas através dos mais diversos meios de pagamento – incluindo quantidade de saques realizados – no gráfico à esquerda e o ticket médio de cada uma dessas modalidades no gráfico à direita. Nela, chama atenção que o 1º trimestre de 2023 registrou que cerca de 76% de todas as transações de pagamentos foram realizadas ou via Pix (34,7%) ou via cartões (41,2%), um crescimento de aproximadamente 6 pontos percentuais em relação ao 1º trimestre de 2022. Adicionalmente, os saques corresponderam a apenas 2,5% do total das transações feitas nos três primeiros meses do ano, uma queda de quase 2 pontos percentuais na comparação com o mesmo período de 2022.

Além do aumento da representatividade de cartões e Pix sobre a quantidade total de transações realizadas, as transações com cartões continuam tendo o menor ticket médio: perto de R\$ 85 no 1º trimestre de 2023, valor que tem se mantido relativamente constante desde 2020. O

Pix vem logo atrás: seu ticket médio vem caindo de forma consistente desde seu lançamento em novembro de 2020 ao ponto de ter se tornado o segundo menor no 1º trimestre de 2023. Considerando apenas a comparação anual com o 1º trimestre de 2022, o ticket médio do Pix caiu cerca de 12,7%, chegando a ~R\$ 450. Se considerarmos a comparação com o 1º trimestre de 2021, a queda é de representativos 41%. Assim, de forma geral, o fato de o cartão e o Pix serem as modalidades de pagamento com menores ticket médios mostra o crescimento das mesmas no cotidiano dos brasileiros, sendo utilizadas cada vez mais nas pequenas transações do dia a dia.

Outro fenômeno evidenciado pela **Figura 1** é a queda de cerca de 0,9 ponto percentual da participação de Transferências¹ no total de transações acompanhada do acréscimo de quase 21% no ticket médio da modalidade, que já era com certa folga o mais elevado, em comparação com o 1º trimestre de 2022. Tomado em conjunto com os resultados de cartões e Pix, este movimento reforça a expectativa de que esta modalidade fique cada vez mais restrita a transações de maiores valores agregados e cada vez menos presente na rotina das famílias brasileiras.

Figura 1: Meios de Pagamento



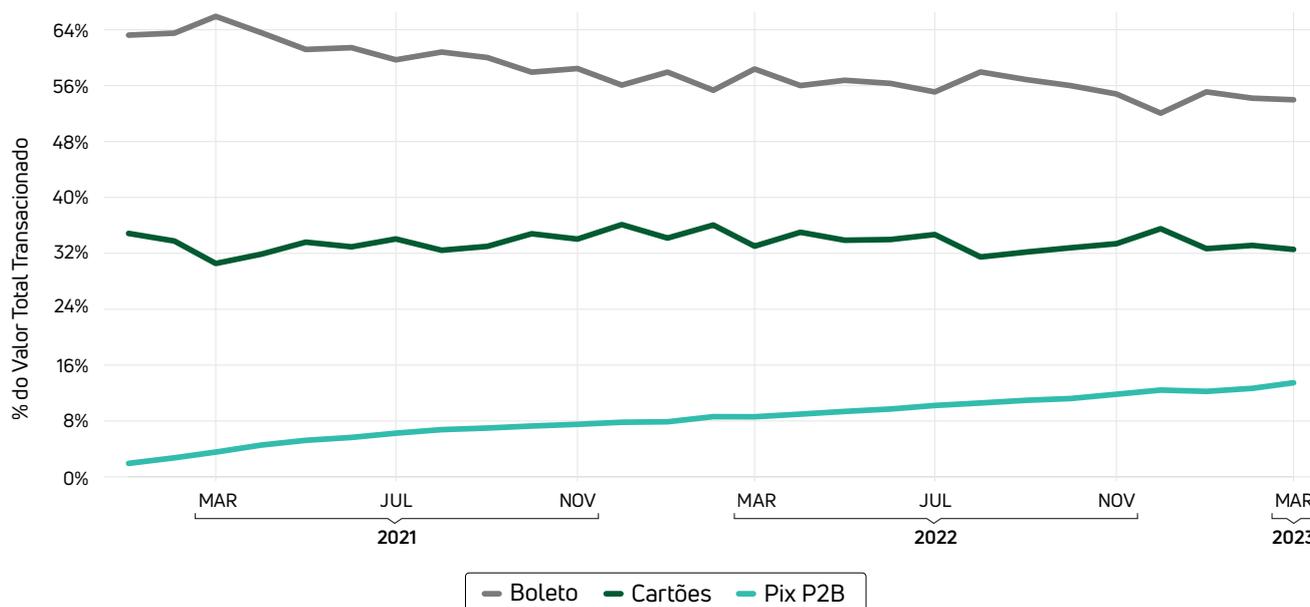
Transferências (TED + DOC + TEC + Cheque + Transferências Intrabancárias) representado no eixo da direita. **Fonte:** Banco Central.

1. TED + DOC + TEC + Cheque + Transferências Intrabancárias.

A **Figura 2**, por sua vez, destaca a evolução dos meios de pagamentos no mercado P2B (transações de pessoas físicas para empresas)². O movimento que continua a chamar a atenção e que vem sendo destacado constantemente por este relatório é o uso cada vez maior do Pix como um meio de pagamento de fato e não somente como um meio de transferências de recursos entre pessoas físicas³. Entre março de 2022 e de 2023, o Pix P2B viu sua participação no total desse mercado crescer cerca de 5 pontos percentuais, chegando a aproximadamente

13,5% do total transacionado no mercado. Além disso, vemos que esse ganho é essencialmente às custas do uso de Boleto que, no mesmo período, caiu cerca de 4,5 pontos percentuais. Vale destacar que, a modalidade segue tendo a maior fatia do bolo, com cerca de 54% do volume total transacionado, mesmo com a queda registrada. O uso de cartões, por sua vez, representou cerca de 32% do total transacionado no mercado P2B no 1º trimestre de 2023, mantendo-se essencialmente constante em relação ao mesmo período de 2022.

Figura 2: Transações P2B



Fonte: Abecs e Banco Central.



2. Os percentuais apresentados são apenas considerando as modalidades destacadas. Por ser de difícil mensuração e por não existirem dados oficiais, pagamentos em papel-moeda (cash), que ainda devem ter participação bastante relevante neste mercado, não foram contemplados na análise.

3. Em recente estudo, o Banco Central estima que, em 2022, cerca de 54% de todo o volume financeiro movimentado via Pix foi com a finalidade de pagamentos por bens/serviços para empresas, negócios e entes governamentais.

Os dados mostrados até aqui reforçam a análise feita nas múltiplas edições deste relatório desde 2021 de que a economia brasileira caminha rapidamente em direção à digitalização. Análise esta que foi recentemente reforçada pelo Banco Central em um estudo sobre os fatores-chave que impulsionaram a digitalização do meio de pagamentos no país. A autoridade apontou que tais fatores incluem:

- Inovações tecnológicas
- Mudanças no arcabouço legal, que facilitaram a entrada de novas empresas e soluções no mercado de pagamento em geral e de cartões em específico
- A criação e consolidação do Pix
- As medidas de isolamento social durante a pandemia de Covid-19.

Todos esses elementos, já apontados em edições anteriores deste relatório, foram confirmados como tendo sido fundamentais para promover a digitalização da economia brasileira.

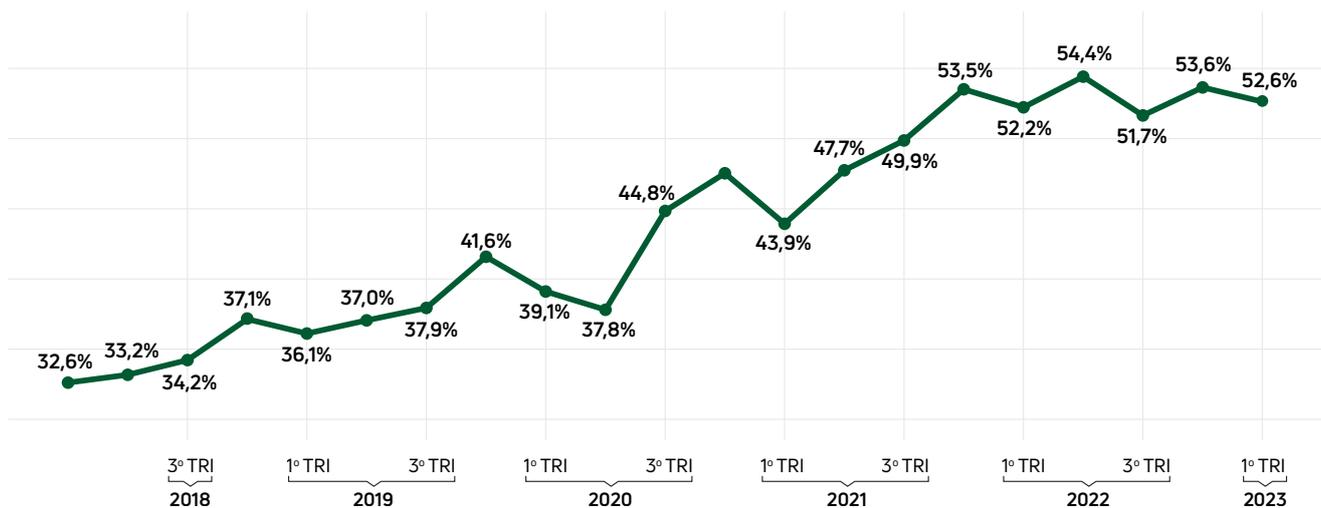
O mesmo estudo do Banco Central ainda apontou que, em média, a população brasileira acima de 15 anos realizou 453 transações com instrumentos alternativos ao papel-moeda⁴ em 2022, um aumento de quase 246% desde 2012. Além disso, o total transacionado via meios digitais

correspondeu a pouco mais de 8% do PIB do país em 2022, um aumento próximo a 3 pontos percentuais no período. Por fim, também encontraram que cerca de 79% das transações de pagamentos realizadas em 2022 foram feitas com celulares e 16% com internet banking, ou seja, só 5% foram feitas presencialmente: uma queda bastante representativa dos 64% registrados em 2012.

Por fim, também tal qual o reportado nas edições prévias do Pagamento em Dados, o estudo do Banco Central apontou que dois dos fatores registrados se sobressaem em termos de influência no processo de digitalização da economia brasileira: a completa disseminação do uso do cartão em todas as suas modalidades e a introdução e consolidação do Pix. Com os dados do Pix já apresentados, cabe então atualizar o panorama do mercado de cartões.

A **Figura 3** aponta que, no 1º trimestre de 2023, o volume financeiro total transacionado por cartões é equivalente a cerca de 53% do total gasto em consumo de bens/serviços pelas famílias brasileiras. Tal valor é essencialmente o mesmo do encontrado para o 1º trimestre de 2022, mas quase 9 pontos percentuais maior que no 1º trimestre de 2021, evidenciando a reportada relevância do uso de cartões pelas famílias brasileiras como um dos principais fatores para a digitalização e evolução do mercado de pagamentos no país.

Figura 3: Mercado de Cartões como % das Despesas de Consumo das Famílias



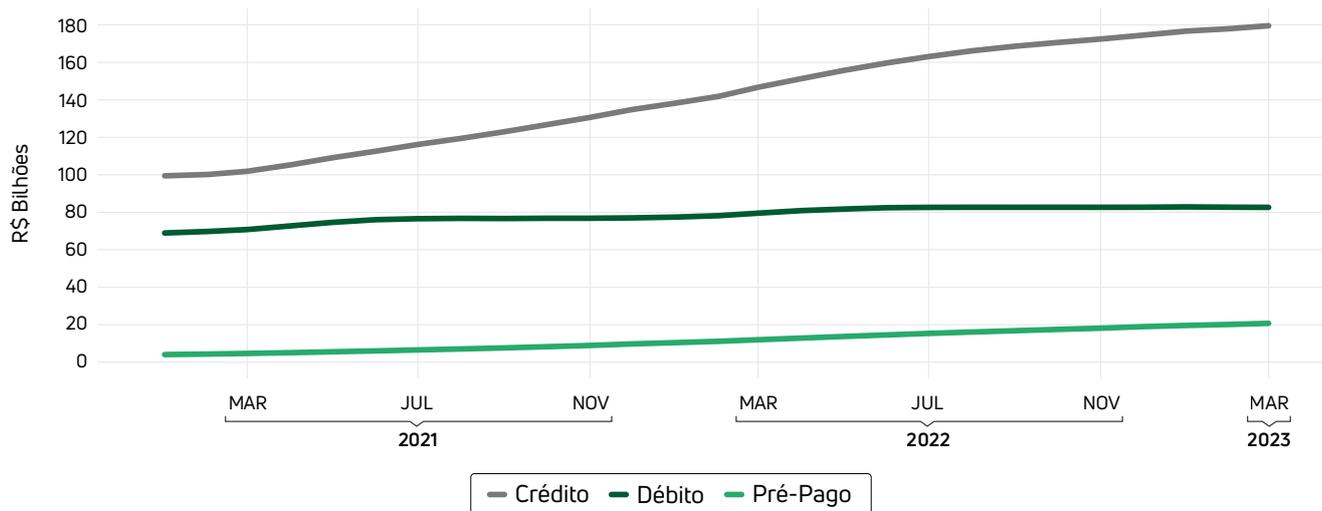
Fonte: ABCEC e IBGE

4. Os meios digitais para realizar pagamentos considerados na análise do Banco Central compreendem as transferências de saldo interbancárias e intrabancárias, as transações com cartões de crédito, débito e pré-pago, e os pagamentos por meio de Pix, boleto, convênio (por exemplo, pagamentos de contas de luz, água etc.) e débito direto (caso do débito automático previamente autorizado de contas recorrentes e das tarifas, juros e outras cobranças realizadas na conta pelas instituições financeiras).

A **Figura 4**, por sua vez, mostra a evolução do volume transacionado por cartões. O 1º trimestre de 2023 apresentou crescimento de 10,7% do total transacionado em relação ao mesmo período de 2022. Nessa mesma comparação, o crescimento por modalidades foi de 12,7% para crédito, 47% para pré-pago e queda de 0,3% para débito. Já em termos de quantidade de transações, o 1º trimestre de 2023 registrou a expressiva marca de 110 milhões de pagamentos com cartões por

dia e crescimento de 8,5%, 6% e 52% no crédito, débito e pré-pago, respectivamente, segundo dados da ABCECS. Ainda houve uma queda de quase 6% do ticket médio do débito, que chegou a R\$ 61 por transação. O menor ticket médio, no entanto, é do cartão pré-pago: R\$ 39 após uma queda de 3,3% na comparação com o mesmo período de 2022. Indo na direção oposta, no entanto, o ticket médio do cartão de crédito subiu cerca de 3,8% e atingiu ~R\$ 116.

Figura 4: Mercado de Cartões: Total de Valor Transacionado (TPV)



Média Móvel Anual
Fonte: ABCECS

Vale destacar que é preciso interpretar a queda do volume total transacionado com cartões de débito com cautela. A quantidade de transações aumentou na mesma comparação, de modo que a queda não decorre de um menor uso da modalidade, mas de uma diminuição no ticket médio. Adicionalmente, o fato da média móvel de 12 meses⁵ indicar crescimento sugere que a modalidade está crescendo mais devagar, não decrescendo. Por essas razões, ainda parece precipitado tirar qualquer conclusão sobre as movimentações do cartão de débito no país. Ainda assim, os resultados encontrados geram uma demanda por acompanhamento próximo de desdobramentos futuros nas próximas edições.

Outro importante aspecto que influencia diretamente o mercado de cartões no país, tanto em termos de volume total, mas também de volume relativo entre as modalidades, é o estado da conjuntura macroeconômica. A política monetária pro-

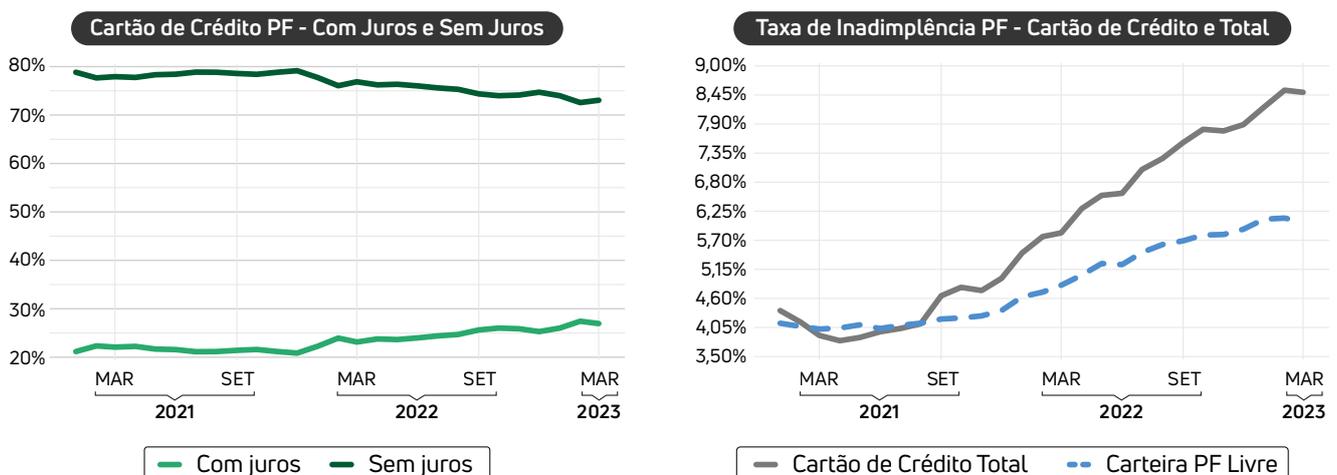


5. A análise de média móvel de 12 meses permite amenizar as importantes sazonalidades dentro do ano que existem no mercado de pagamentos do país.

movida pelo Banco Central segue restritiva, com a taxa Selic mantendo-se no patamar de 13,75% a.a. desde ago/22. Dentro desse contexto, a **Figura 5** nos ajuda a traçar o atual panorama do ambiente macroeconômico do mercado de cartões de crédito no país. É possível observar que a ampla maioria das transações ainda não tem cobrança de taxa de juros: cerca de 73% do total do saldo da carteira de cartão de crédito para pessoas físicas⁶ em mar/23 foi nas modalidades que não cobram juros (transações de cartão de crédito à vista e parcelado sem juros). Como ressaltamos no último relatório, este pode ser considerado um resultado positivo por sugerir, à primeira vista, um certo amadurecimento e uso mais consciente do cartão de crédito, apesar do atual processo de aumento do endividamento das famílias brasileiras. Vale destacar, no entanto, que a proporção do saldo nas modalidades sem incidência de juros tem caído: em março de 2022 era 76,9%, ou seja, cerca de 3,8 pontos percentuais maior que a atual.

Outro dado relevante nesse contexto é a trajetória da taxa de inadimplência total associada às transações realizadas com cartão de crédito por pessoas físicas, que vem subindo de forma consistente desde o segundo semestre de 2021. Pouco antes, em abril de 2021, a modalidade havia chegado à baixíssima marca de apenas 3,8% de carteira inadimplente. Ao final do 1º trimestre de 2023, observamos um aumento expressivo de cerca de 4,7 pontos percentuais, resultando em uma inadimplência total de 8,5%, maior que a taxa média de 6% da carteira de pessoas físicas. Para além da questão da conjuntura, um importante desafio para a indústria de cartões é incentivar que a expansão do cartão de crédito seja concomitante à promoção da cidadania e educação financeira, de modo que os brasileiros usem o produto de forma cada vez mais consciente e sem comprometer sua saúde financeira e os níveis de inadimplência no setor.

Figura 5: Cartão de Crédito Para Pessoas Físicas: Com Juros x Sem Juros e Taxa de Inadimplência



'Com Juros' = rotativo e parcelado com juros. 'Sem Juros' = à vista e parcelado sem juros.

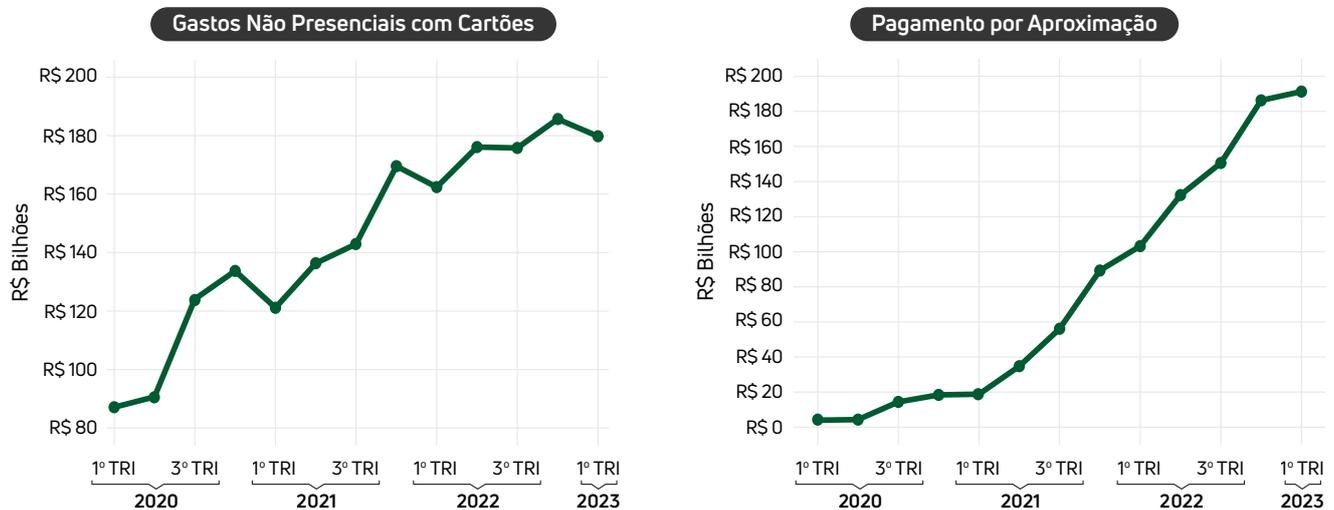
Fonte: Banco Central.

6. As transações realizadas por pessoas físicas correspondem a cerca de 95% do volume total de transações realizadas com cartão de crédito no país.

Como uma última análise desta seção sobre o mercado de pagamentos no país, a **Figura 6** atualiza os números que evidenciam que a expansão do uso dos cartões por parte dos brasileiros

também tem contribuído com a digitalização dos meios de pagamentos no país por meio da promoção de compras online (gastos não presenciais) e compras por aproximação (contactless).

Figura 6: Gastos não presenciais e pagamento por aproximação



Fonte: ABECS

Ao longo do 1º trimestre de 2023, a ABECS reportou que os brasileiros gastaram cerca de R\$ 180 bilhões com cartões de forma não presencial, um aumento de cerca de 10,8% em relação ao 1º trimestre de 2022. Tal crescimento foi bastante puxado pelo uso do cartão de crédito (+10,5%) e do pré-pago (+40%) em compras online dentro de e-commerce e aplicativos.

Outra importante promoção da digitalização da economia brasileira através de um maior uso dos cartões é via pagamentos com cartões por aproximação. No 1º trimestre de 2023, o mercado registrou cerca de R\$ 191 bilhões transacionados desta forma, um crescimento de mais de 85% no comparativo com os três primeiros meses de 2022. Ao final de mar/23, cerca de 44,3% das transações presenciais feitas com cartão foram por aproximação. No mesmo período em 2022, esse número era de 29,3% e, em 2021, apenas 8%. O crescimento acelerado mostra a popularização da modalidade, muito em função dos benefícios gerados a usuários e comerciantes, em especial o aumento da agilidade, conveniência e segurança.

Uma característica bastante marcante das transações contactless é o ticket médio consideravelmente mais baixo: o do cartão de crédito no 1º trimestre de 2023 foi R\$ 75,3, cerca de 35% menor que o ticket médio geral da modalidade. O padrão se repete para compras no débito e pré-pago, com uma diferença média de cerca de 30%

e 15% a menos, respectivamente. Dessa forma, temos um indicativo que a aproximação é preferida em pagamentos menores, principalmente pela facilidade de não demandar uso de senha nesses casos. Considerando que a senha é requisitada em pagamentos de valores mais altos por motivo de segurança, há um incentivo para escolher essa modalidade especificamente para compras de menor valor. Além disso, o ticket médio mais baixo também pode estar associado a medidas de incentivo à adesão. Um exemplo é a adaptação de várias cidades para aceitar a aproximação nas catracas do transporte público, cujo baixo valor tende a contribuir para a queda do ticket médio.

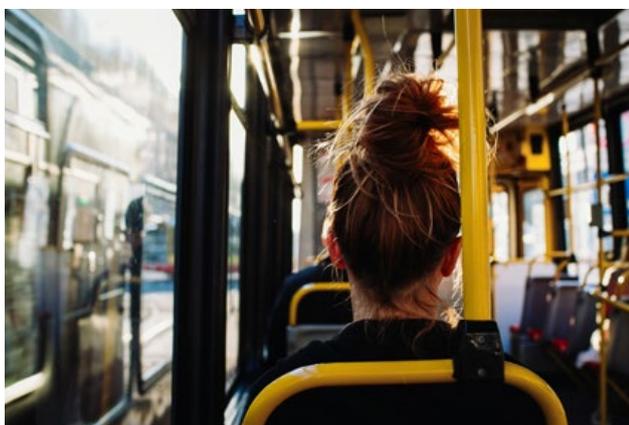




2. Vendas em Varejo e em Serviços

O primeiro trimestre de 2023 foi de crescimento acima do esperado para a economia brasileira. O Produto Interno Bruto avançou 1,9% ante os três últimos meses de 2022, na série com ajuste sazonal do IBGE. A forte expansão da agropecuária e a manutenção da alta na economia de serviços⁷ foram fundamentais para este resultado positivo da economia brasileira no primeiro quarto de 2023. Responsável por 8% de todo produto, o setor de agropecuária cresceu 21,6% ante o último trimestre de 2022, sendo o principal responsável pela alta. Já o setor de serviços, que representa cerca de 70% da economia do país, cresceu 0,6% na mesma comparação.

O bom desempenho da agropecuária brasileira é importante também pois, do lado de serviços (que inclui também comércio nas contas do IBGE), o resultado positivo foi puxado pelo aumento no segmento de Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio, influenciado justamente pelo transporte da safra recorde de grãos, além da alta de vendas online e cada vez maior digitalização das compras no país. Vale ressaltar ainda que o aumento no setor de serviços também foi diretamente puxado pelos altos investimentos em transferências sociais (que aumentaram mais de 70% em comparação ao ano passado), aumento real no

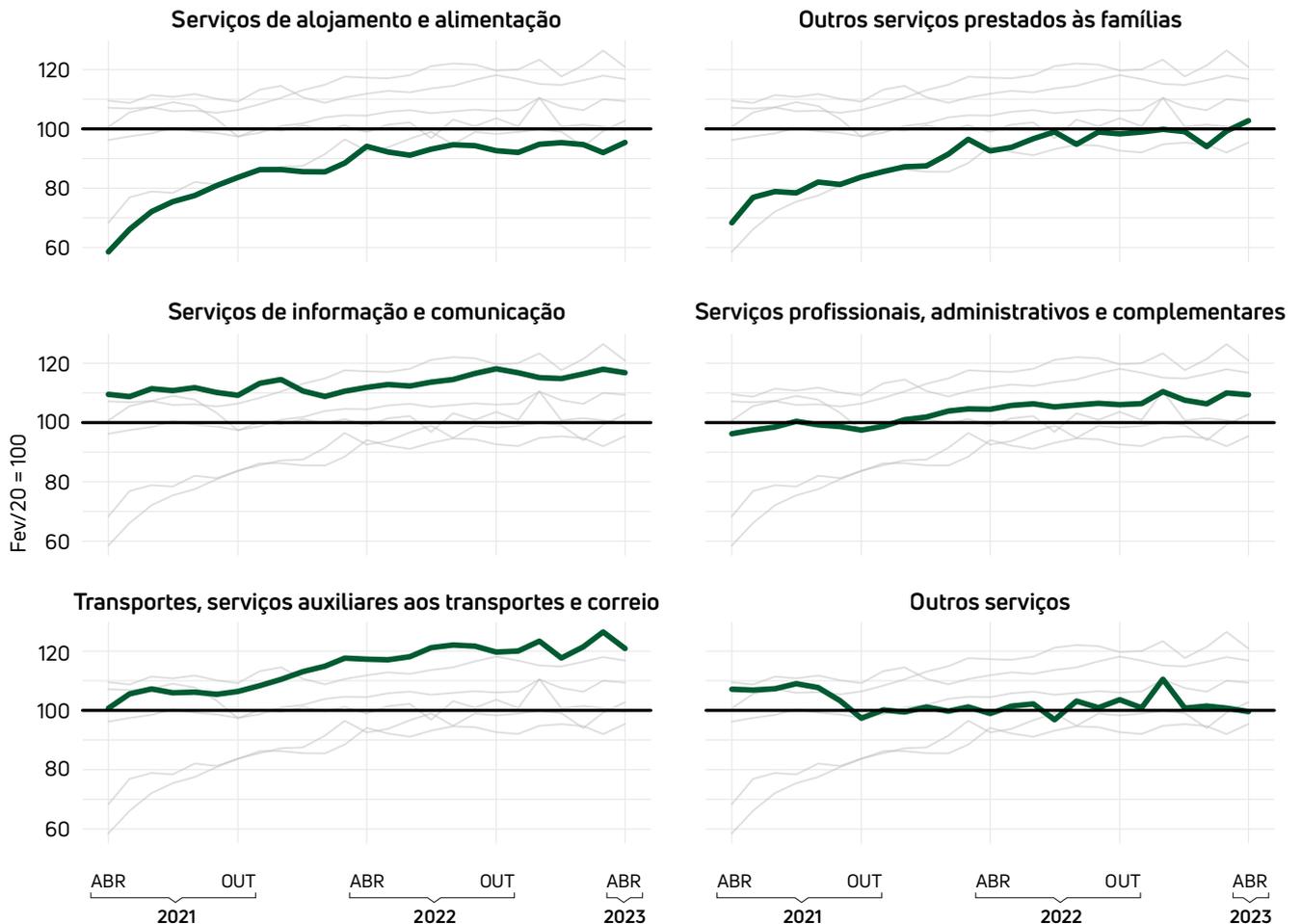


salário mínimo (após três anos apenas ajustado à inflação) e o aumento na remuneração de servidores nos estados e municípios (após quase dois anos de congelamento), o que possibilitou, apesar de forma tímida, um crescimento do consumo das famílias em 0,2% no primeiro trimestre de 2023 em relação ao último trimestre de 2022.

Por outro lado, após esse bom resultado no primeiro trimestre do setor de serviços, dados de abril apontam que já está em curso um forte arrefecimento no setor, bastante influenciado pelas condições restritivas do mercado de crédito do país e a consequente piora no quadro de endividamento das famílias brasileiras. Nesse sentido, as **Figuras 7 e 8** abrem, respectivamente, o crescimento do volume de vendas em serviços e no comércio varejista até abril de 2023 pelos seus mais diversos segmentos. De forma geral, podemos ver que as vendas no comércio varejista e no setor de serviços superaram as expectativas no primeiro trimestre de 2023, especialmente no mês de março, porém, com os dados de abril, a perspectiva para o restante do ano é de uma evolução tímida do volume de vendas de bens e serviços no Brasil.

No setor de serviços, o volume de vendas diminuiu 1,6% em abril, em comparação a março, considerando o ajuste sazonal. A queda nos serviços no mês de abril foi generalizada entre os segmentos, com quatro das cinco atividades registrando taxas negativas, e também regionalmente, com 26 das 27 unidades da federação apresentando queda nas vendas ajustadas sazonalmente. O segmento mais afetado foi justamente o de Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio, com uma queda de 4,4%. Tal resultado é especialmente relevante, pois o mesmo já havia sido o principal responsável pela recuperação dos serviços em 2022 e, no primeiro trimestre de 2023, puxou o resultado positivo com o ganho acumulado de 7,5% em fevereiro e março.

7. Importante notar que 'Comércio' está dentro do indicador de 'Serviços' divulgado pelo IBGE. A fim de mostrar as diferentes dinâmicas entre os dois ao longo de 2022, optou-se por também destacá-lo na Figura 8.

Figura 7: Volume de Vendas em Serviços, por setores

Volume de vendas ajustado sazonalmente.
Fonte: IBGE

Além do segmento de Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio, a trajetória recente do segmento de Serviços prestados às famílias chama a atenção. Esse segmento reúne serviços como hotéis, restaurantes, cinema, teatro e academia, entre outros. Por serem principalmente presenciais, esses serviços foram severamente impactados durante o período de isolamento social decorrente da pandemia e têm apresentado uma recuperação mais lenta em comparação a outros setores. Olhando para os dados, o volume de vendas do segmento atingiu um platô desde o último trimestre de 2022: embora ainda esteja abaixo dos níveis de vendas pré-pandemia, não apresenta oscilações significativas para cima ou para baixo. Na série ajustada sazonalmente, o volume de vendas cresceu cerca de 17% entre set/21 e set/22. No entanto, após essa forte recuperação, houve uma queda de 0,8% entre set/22 e abr/23, indicando certa estabilidade em nível ainda 5,5% abaixo do patamar pré-pandemia de fev/20.

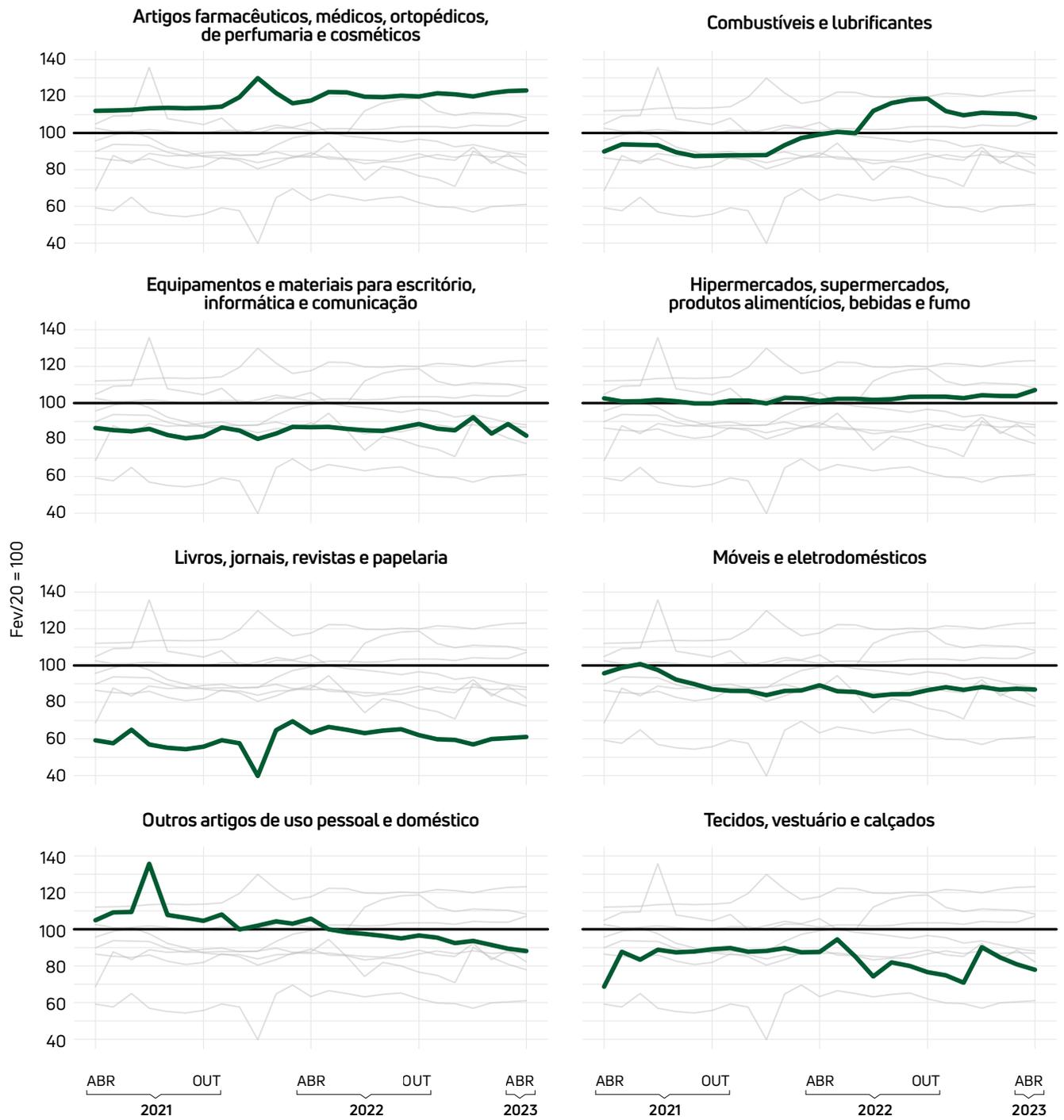
Em resumo, o setor de serviços experimentou uma recuperação significativa em 2022, mas em 2023 tem enfrentado altos e baixos, com perdas mais notáveis que ganhos. A queda acentuada em abril reflete uma desaceleração à medida que os efeitos relacionados à colheita e escoamento da safra de soja se dissipam, pois foram justamente esses fatores que impulsionaram o segmento de Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio que, por sua vez, foi a principal influência positiva para serviços no primeiro trimestre. Ademais, é importante ressaltar que os Serviços prestados às famílias parecem ter atingido um limite e não estão crescendo além desse ponto, ainda que tenha sido o único segmento de serviços monitorado pelo IBGE a apresentar aumento em abril. Uma eventual manutenção das condições desfavoráveis no mercado de crédito ainda pode contribuir para a manutenção do segmento em níveis próximos ou menores que os de 2022, em especial nos serviços intensivos em mão de obra como hotelaria e restaurantes. O fraco de-

sempenho do consumo de Serviços prestados às famílias ainda pode impactar negativamente o desempenho geral do setor de serviços em 2023, levando a uma estagnação.

Por sua vez, o volume de vendas do varejo teve uma queda de 1,6% entre março e abril, descon-

siderando os efeitos sazonais. Quando considerado o volume de vendas no varejo restrito⁸, no entanto, o resultado foi um aumento de 0,1%, já descontado efeitos sazonais. O cenário, ainda assim, mostra desaceleração: das oito atividades pesquisadas no varejo restrito, as vendas recuaram em cinco.

Figura 8: Volume de Vendas no Comércio Varejista, por setores



Volume de vendas ajustado sazonalmente.
Fonte: IBGE

8. Exclui os segmentos de Veículos, motocicletas, partes e peças, Materiais de construção e Atacarejo.

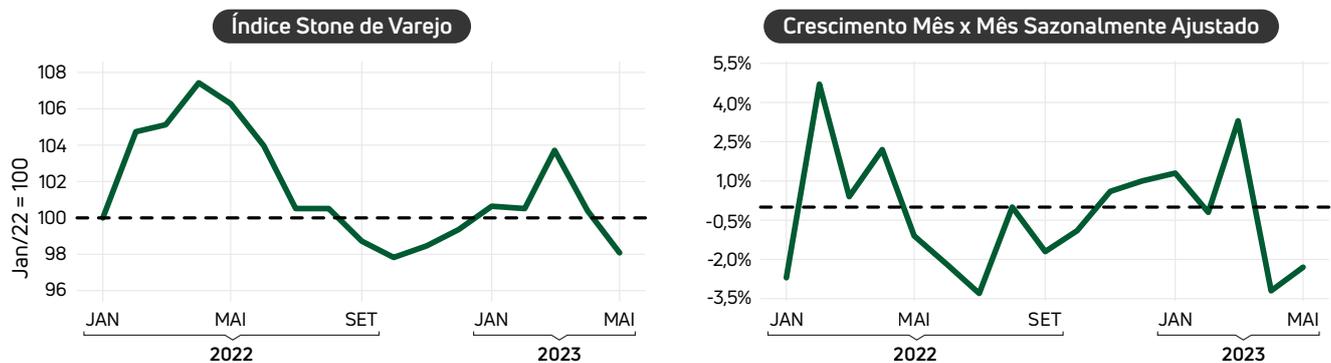
Devido aos juros altos e à inflação mais baixa, as vendas de itens de maior valor agregado têm sido afetadas, e os consumidores têm priorizado a compra de bens essenciais. Por isso, segmentos como Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo e Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos têm contribuído para a estabilidade do varejo restrito. Esses setores se beneficiaram da redução da inflação interna, causada pelos preços das commodities, de transferências fiscais do governo, como o Bolsa Família, e do aumento real do salário mínimo. Todos esses fatores somados ajudaram a impulsionar o consumo no comércio varejista, especialmente entre os mais pobres, que possuem uma maior propensão marginal a consumir⁹. Dessa forma, pode-se esperar que setores essenciais do varejo restrito, que dependem mais da renda imediata das famílias brasileiras, continuem mostrando certa resiliência ao longo do ano.

No curto prazo, porém, a perspectiva para o varejo é de desaceleração, devido ao alto nível de endividamento das famílias e às condições restritivas de crédito. Portanto, segmentos como Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, Móveis e eletrodomésticos, Material de construção e Veículos, motos e peças (principal razão para a queda significativa

do varejo ampliado no mês) estão em um caminho de enfraquecimento que não deve ser revertido até que ocorra uma melhora significativa na situação do mercado de crédito para pessoas físicas no país. Esses segmentos do varejo são bastante dependentes de financiamento e, conseqüentemente, das taxas de juros e níveis de endividamento.

O Índice Stone de Varejo¹⁰, importante métrica que acompanha a atividade do comércio varejista do país e tem como uma de suas vantagens uma frequência de divulgação bastante rápida, corrobora com a tese de arrefecimento do comércio varejista no país identificada pelos dados da PMC divulgados pelo IBGE. A **Figura 9**, especificamente, apresenta os resultados do Índice Stone de Varejo até maio/23, ou seja, possui dados um mês à frente da PMC. Vemos que, em relação a abr/23, mês que tanto a PMC quanto o Índice Stone de Varejo já tinham apontado importante arrefecimento do comércio varejista brasileiro, maio registrou nova redução de 2,3%, já ajustado para os efeitos sazonais¹¹. Na comparação anual com maio de 2022, a queda é ainda maior: 7,8%. Sendo assim, os dados do Índice Stone de Varejo corroboram com a ideia de arrefecimento da atividade varejista no país, especialmente pressionado pela redução do poder de compra das famílias.

Figura 9: Índice Stone de Varejo



O Índice Stone de Varejo mede o volume transacionado no comércio varejista a partir de dados transacionais Stone. Inclui os segmentos de Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças. Por padrão, o setor de Combustíveis é incluído no índice restrito do IBGE. No entanto, dado as limitações de nossa base, e seguindo o exemplo dos indicadores de outros países, optamos por excluí-lo.

Fonte: Stone Co.

9. Segundo dados da última Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) divulgada pelo IBGE, os mais pobres consomem cerca de 89% de sua renda contra um consumo de 60% da camada da população de renda mais alta.

10. A StoneCo é uma provedora líder em tecnologia financeira e soluções de software que empodera empreendedores na gestão e na expansão de seus negócios para que realizem suas vendas em múltiplos canais de maneira integrada e sem atrito. Esse propósito coloca a Companhia em contato direto com milhões de comerciantes de diversos portes e segmentos em todo o território nacional, capturando dados que auxiliam na avaliação do desenvolvimento econômico do país. Foi com esse objetivo que desenvolvemos o Índice de Atividade Econômica Stone Varejo, calculado com dados públicos da Receita Federal e dados transacionais de cartão dos clientes do grupo StoneCo. Ele apresenta correlação acima de 90% com a PMC/IBGE a nível nacional.

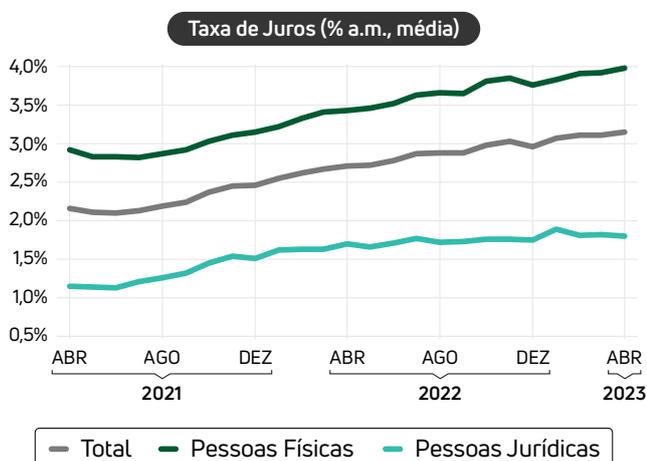
11. O relatório completo do Índice Stone de Varejo de maio/23, bem como os dados completos do indicador apresentados, podem ser encontrados em: <https://institutopropague.org/pagamentos/stone-varejo-maio-2023>.



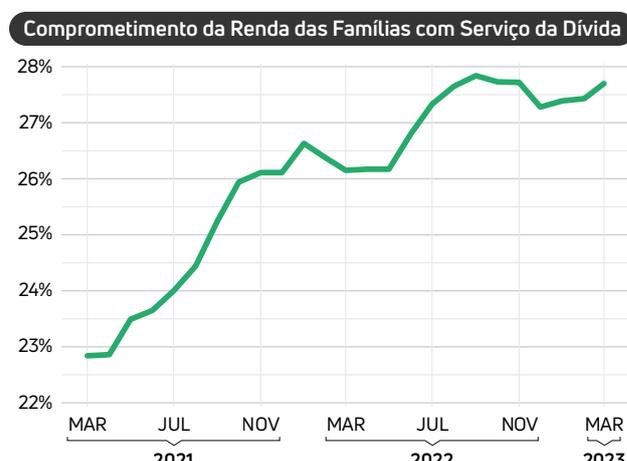
Como destacamos, a capacidade de pagamento das famílias e empresas brasileiras é de fundamental importância para o desempenho do mercado de bens e serviços de forma geral e, do mercado de pagamentos, de forma particular. Não apenas em termos de volume, mas também o tipo de consumo é profundamente impactado pela situação macroeconômica enfrentada pelas famílias e empresas do país. Neste sentido, as **Figuras 10 e 11** exploram um pouco mais em detalhes o atual estágio desse cenário macroeconômico. De forma geral, ao longo dos primeiros quatro meses de 2023, há uma continuação do aperto das condições financeiras das famílias

brasileiras. As taxas de juros mensais médias de empréstimos cresceram cerca de 0,19 ponto percentual entre dezembro de 2022 e abril de 2023. O aumento é ainda maior comparando abril de 2023 com abril de 2022: 0,44 ponto percentual na taxa média mensal e 7,2 pontos percentuais na taxa anual. Para pessoas físicas, esse crescimento da taxa anual foi ainda maior no mesmo período: quase 10 pontos percentuais. Para pessoas jurídicas, por sua vez, o aumento foi consideravelmente menor e ficou em cerca de 1,5 pontos percentuais. Olhando para a comparação com abril de 2021, a taxa média de juros anual para pessoas físicas cresceu cerca de 18,5 pon-

Figura 10: Taxa de Juros e Comprometimento de Renda das Famílias



Apenas créditos sem destinação específica.



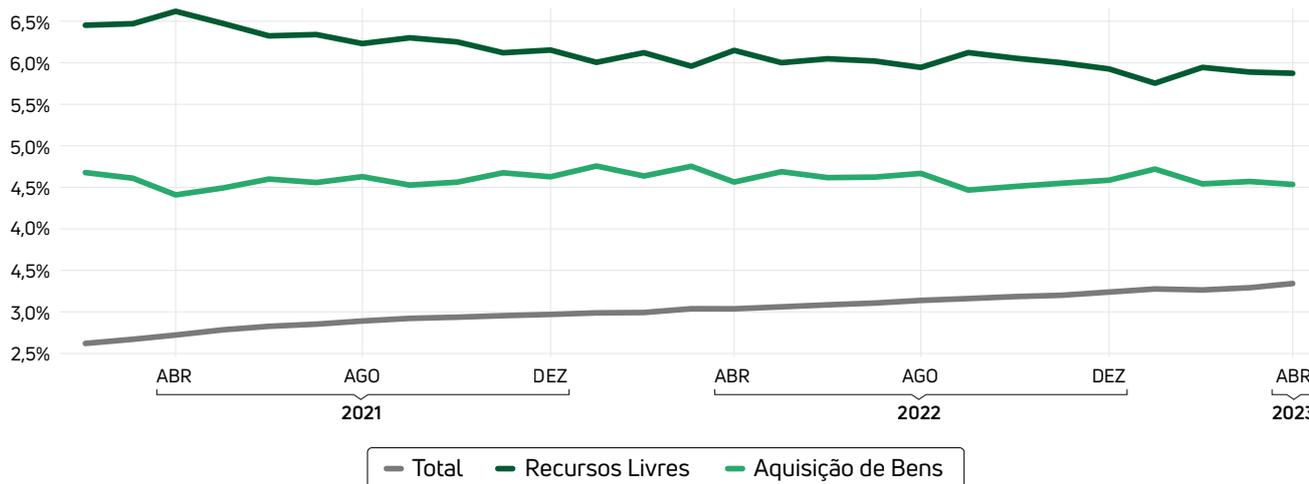
Com ajuste sazonal. O comprometimento de renda considera tanto pagamento de juros quanto de amortização.

Fonte: Banco Central

Um dos principais resultados de tal movimento é o quanto da renda das famílias brasileiras está comprometida apenas com pagamento de juros e amortizações. Após estabilizar e até mesmo cair de forma tímida no segundo semestre de 2022, essa métrica voltou a subir no primeiro trimestre de 2023. Entre dezembro de 2022 e março de 2023, o total da renda comprometida com o pagamento de dívidas das famílias brasileiras cresceu cerca de 0,42 ponto percentual, chegando ao

patamar de 27,7% de tudo que as famílias ganham sendo gastos com empréstimos. Esse valor é bastante próximo ao recorde da série criada pelo Banco Central de 27,8%, que foi registrado em setembro de 2022. Na comparação com março de 2022, o primeiro trimestre de 2023 fechou com um aumento de 1,5 ponto percentual. Se a comparação for com março de 2021, tal crescimento foi de praticamente 5 pontos percentuais, reforçando a relevância do aumento de juros citado.

Figura 11: Inadimplência de Pessoas Físicas - Total e Aquisição de Bens



Apenas créditos para pessoas físicas.
Fonte: Banco Central.



O resultado direto desse alto comprometimento de renda é o rápido crescimento da inadimplência de pessoas físicas no país. Entre abril de 2022 e abril de 2023, a inadimplência para pessoas físicas saiu de cerca de 3,5% da carteira¹² para cerca de 4,2%, um aumento de 0,7 ponto percentual. Desde dezembro de 2022, tal aumento foi de cerca de 0,28 ponto percentual. Se olharmos para a evolução nos últimos 2 anos, entre abril de 2021 e abril de 2023, o aumento da inadimplência para pessoas físicas foi de aproximadamente 1,2 ponto percentual.

Importante destacar que esse cenário, apesar de já ser suficientemente preocupante, pode mascarar um pouco a realidade do mercado. Sem considerar créditos com recursos direcionados¹³, que naturalmente possuem taxas de juros (e inadimplência) menores, a inadimplência de pessoas

12. Segundo o Banco Central, uma carteira é considerada inadimplente se ela está há mais de 90 dias sem pagamentos.

13. Operações de crédito regulamentadas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN) ou vinculadas a recursos orçamentários, destinadas, basicamente, à produção e ao investimento de médio e longo prazo aos setores imobiliário, habitacional, rural e de infraestrutura. As fontes de recursos são oriundas de parcelas das captações de depósito à vista e de caderneta de poupança, além de fundos e programas públicos.

físicas dos chamados recursos livres¹⁴ chegou a ~6,2% em abril de 2023, um crescimento de 0,26 ponto percentual em apenas 4 meses e de cerca de 1,1 ponto percentual na comparação anual. Já a inadimplência na modalidade de crédito de Aquisição de Bens¹⁵, importante métrica para o comércio varejista de bens duráveis, chegou a ~5,7% em abril, crescimento de 1 ponto percentual em 1 ano, evidenciando novamente a dificuldade enfrentada por este segmento do comércio varejista.

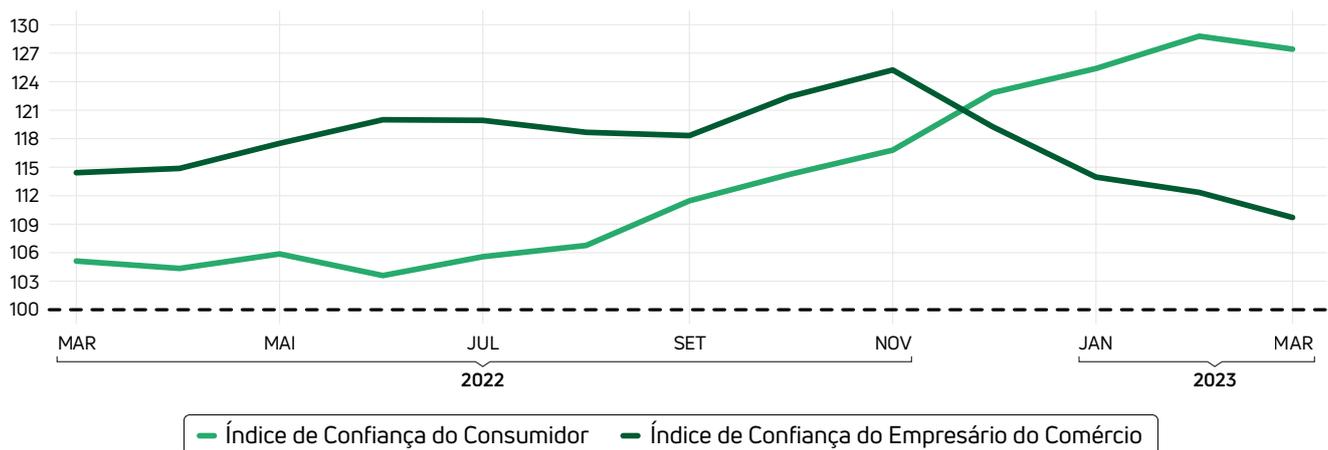
Assim, vemos que o cenário apresentado olhando apenas para a taxa de inadimplência geral das pessoas físicas pode não ser o melhor termômetro para acompanhar de perto a evolução da capacidade de pagamento das empresas e famílias brasileiras. Olhar para outras métricas de inadimplência, mais específicas, ainda mais num contexto de piora disseminada no mercado de crédito, ajuda a melhor entender as expectativas da evolução das vendas de bens e serviços do país.

A **Figura 12**, por fim, atualiza as informações sobre os índices de confiança do empresário e do consumidor do comércio no começo de 2023. A diferença de trajetória entre ambos os índices no período de novembro de 2022 a março de 2023 é notória: o do empresário caiu cerca de 12,4%, ao passo que o do consumidor subiu cerca de 9% (apesar de ter caído ~1% entre fevereiro e março de 2023). A confiança do empresário do comércio, portanto, vem de 4 meses seguidos de queda e atingiu seu menor patamar desde agosto de 2021

e o crescimento pouco expressivo do varejo ao longo do primeiro trimestre de 2023, aliado com a baixa perspectiva para o ano como um todo, pode ajudar a explicar esse movimento, ainda mais no contexto do já fraco resultado do setor em 2022. De fato, o 'Índice das Condições Atuais do Empresário do Comércio', um subindicador que compõe o índice total, é o principal motivador da queda e já acumula perdas de 14% em 2023.

Por outro lado, apesar da queda citada entre fevereiro e março desse ano, a confiança do consumidor tem crescido desde o final do ano passado. Uma das principais razões é justamente a evolução do 'Índice das Condições Econômicas Atuais', que cresceu cerca de 22,5% entre novembro de 2022 e março de 2023. Outro ponto que contribui é a evolução do 'Índice de Expectativas do Consumidor', que cresceu cerca de 3,9% no mesmo período. Como citado ao longo do relatório, o mercado de trabalho resiliente, os programas de transferência de renda do governo federal e o aumento real do salário mínimo têm sido fundamentais para a melhora de perspectiva e parecem ser a melhor explicação para o movimento contrastante entre os indicadores de confiança do consumidor e do empresário do varejo. Acompanhar se o movimento de descasamento entre os índices se estende para todo o ano, ou se há algum tipo de mudança dessa trajetória, é fundamental para compreender os desdobramentos do comércio varejista no resto de 2023.

Figura 12: Confiança do Consumidor e do Empresário do Comércio



100 é considerado 'valor neutro de expectativa'.

Fonte: FecomercioSP.

14. Corresponderem aos contratos de financiamentos e empréstimos com taxas de juros livremente pactuadas entre instituições financeiras e mutuários (taxas de mercado). Nas operações livres, as instituições financeiras têm autonomia sobre a destinação dos recursos captados no mercado.

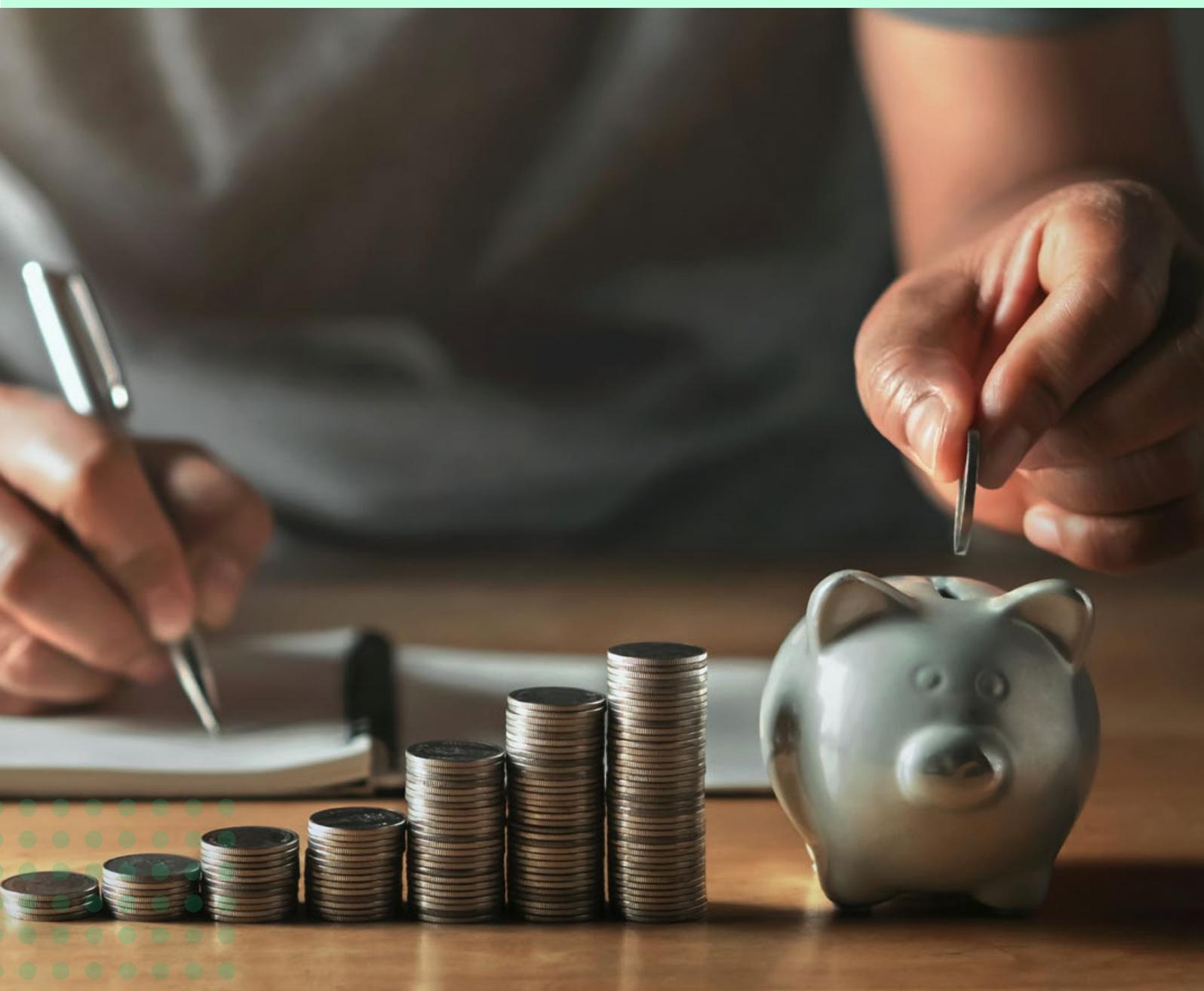
15. Financiamentos para compra de bens (veículos / outros bens) destinados à manutenção ou ao aumento da capacidade produtiva das pessoas jurídicas contratantes, configurando-se como investimento, ou ao consumo das pessoas físicas contratantes. No caso de veículos, o contrato deve conter cláusula de alienação fiduciária, com o bem financiado constituindo a garantia da operação. Os financiamentos de veículos destinados à formação de estoques comerciais não são classificados nesta modalidade.

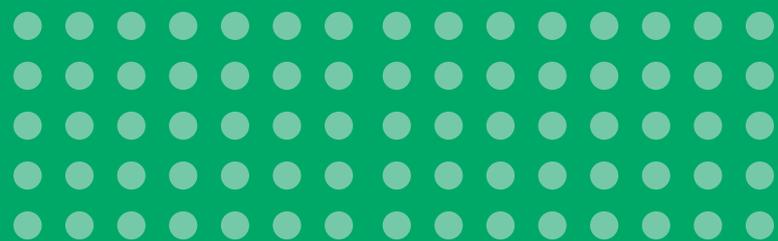
3. Conclusão

Ao longo do relatório, pudemos observar que 2023 começou não só com uma continuidade da digitalização da economia brasileira, mas com a validação do Banco Central sobre o crescimento dos mercados de cartões e Pix como dois dos principais fatores que contribuíram e ainda contribuem para tal fenômeno. Os dados já apontam para uma forte queda nos saques e há expectativa que a tendência seja a continuidade do movimento ao invés de uma estabilização, já que o ticket médio do cartão de débito e do Pix continuam caindo e sugerindo que a população brasileira adota cada vez mais formas digitais de pagar nas suas atividades mais rotineiras.

No âmbito dos serviços e comércio varejistas, por sua vez, o diagnóstico feito no relatório refe-

rente ao acumulado de 2022 se mantém: a recuperação de choques específicos à pandemia não foi suficiente para garantir um forte crescimento devido à conjuntura macroeconômica do país, que ainda afeta negativamente os resultados dos setores. Dados do IBGE mostram a continuidade no processo de endividamento das famílias, assim como uma dificuldade de voltarmos a um nível de atividade pelo menos equivalente ao de fevereiro de 2020. Analisado o cenário em conjunto com o índice de atividade econômica do Varejo da Stone, que já traz dados para o mês de maio para além do que o IBGE já disponibilizou, a tendência de queda no comércio varejista está persistindo para além do primeiro trimestre de 2023 e sem perspectiva de reversão enquanto há necessidade de manutenção da política monetária restritiva.





Diagramação:
Gabriel Madeira

Conteúdo:
Bruna Cataldo
Guilherme Vergara
Rômulo Carvalho

Mais informações: contato@institutopropague.org



instituto

Propague

stone