Mercado de pagamentos em dados

2º Tri 2023





Nesta edição do Pagamento em Dados trazemos a análise dos resultados do 2º trimestre de 2023. O período manteve a tendência de digitalização dos meios de pagamento, um processo baseado no uso disseminado de cartões e a consolidação do Pix no uso cotidiano da população. Já nos setores de comércio varejista e serviços se observa sinais de arrefecimento, muito influenciado pelo cenário macroeconômico.

Um destaque com relação a digitalização do setor de pagamentos é que em jun/23 o valor transacionado via Pix chegou a R\$ 1,37 trilhão, um crescimento de cerca de 53,6% na comparação com jun/22. O Pix apresentar um crescimento de mais de 50% em apenas um ano é algo bastante notável, considerando os mais de 2 anos do seu lançamento. Além disso, o ticket médio do Pix caiu cerca de 10% entre jun/22 e jun/23, chegando a cerca de R\$ 414 por transação, expressando mais uma evidência da propagação do uso do Pix como instrumento de transferência no dia a dia. O Pix também seque crescendo como meio de pagamento: entre jun/22 e jun/23, sua participação no mercado P2B aumentou aproximadamente 4,9 p.p., atingindo cerca de 14,6% do volume total de transações, uma mudança que ocorreu em grande parte à custa da utilização de boletos, ainda que estes últimos respondam por 53% do volume total transacionado. Já os cartões constituem pouco mais de 30% do total de transações no mercado P2B, mantendo-se praticamente estáveis em comparação a junho de 2022.

Outro destaque que se reforçou no segundo trimestre de 2023 foi o aumento do uso de cartões em compras online (gastos não presenciais) e compras por aproximação (contactless). Ao fim do 2º trimestre de 2023, gastou-se mais de R\$ 370 bilhões em transações não presenciais com cartões, um aumento de cerca de 10% em comparação ao mesmo período do ano passado. Já o contactless respondeu por 48,8% das transações presenciais realizadas com cartão ao final de jun/23. No mesmo período de 2022, esse número era de 33,4% e em 2021 era de apenas 13,5%. Uma característica notável dessas transações é o ticket médio significativamente mais baixo, sugerindo que o contactless seja mais popular para pagamentos de menor valor, principalmente devido à conveniência de não exigir a digitação de senhas para tais transações.

O panorama do mercado de cartões também traz um incremento de cerca 8% no total transacionado ao final do 2º trimestre de 2023, em comparação ao mesmo período do ano anterior. Aumento de 10,1% para as transações de crédito, 42,7% para as de pré-pago, e uma redução de 3,3% para as de débito. Em termos de quantidade de transações, o mercado chegou a junho batendo a marca de 113 milhões de pagamentos diários com cartão, um crescimento de 4,5% no débito e 48% no pré-pago. É importante destacar, portanto, que a queda no volume total de transações realizadas por meio de cartões de débito requer uma análise mais cautelosa, pois a redução do volume total transacionado foi acompanhada por um aumento na quantidade de transações, indicando que a diminuição não é resultado de uma menor adoção dessa modalidade, mas sim de uma redução no valor médio por transação.

Com relação ao endividamento das famílias, destaca-se a manutenção do dado do trimestre passado: 73% do total do saldo da carteira de cartão de crédito para pessoas físicas em jun/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. Contudo, a proporção do saldo mantido em modalidades isentas de juros em junho de 2023 segue 2,9 pontos percentuais abaixo no comparativo com o mesmo período de 2022.

Já a taxa de inadimplência referente ao cartão de crédito utilizado por pessoas físicas chegou a aproximadamente 8,7%, um importante acréscimo de cerca de 2 p.p. na comparação com jun/22. Destaca-se que a taxa de inadimplência total associada às transações realizadas com cartão de crédito por pessoas físicas vem subindo de for-

ma consistente desde 2021.

Em relação à atividade econômica, o segundo trimestre indicou um crescimento de 0,9% em relação ao primeiro trimestre, levando a uma alta acumulada de 3,4% no primeiro semestre, resultado acima do esperado para a economia brasileira. O setor de serviços manteve crescimento positivo no segundo trimestre do ano: 0,6% em relação ao primeiro trimestre e alta acumulada de 2,6% no semestre. Apesar disso, dados de junho apontam sinais de arrefecimento. Já o varejo teve um segundo trimestre do ano com uma sequência de dois dois recuos e uma manutenção do volume de vendas (queda de 0,1% em abril e de 0,7% em maio e um avanço de 1,3% em junho), passando uma percepção de que o setor "andou de lado".

O Índice Stone Varejo, importante métrica que acompanha a atividade do comércio varejista do país e tem como uma de suas vantagens uma frequência de divulgação mais rápida que a da PMC, corrobora com a tese de arrefecimento do comércio varejista identificada pelos dados divulgados pelo IBGE, porém indica uma certa estabilidade no cenário, principalmente na comparação com 2022.

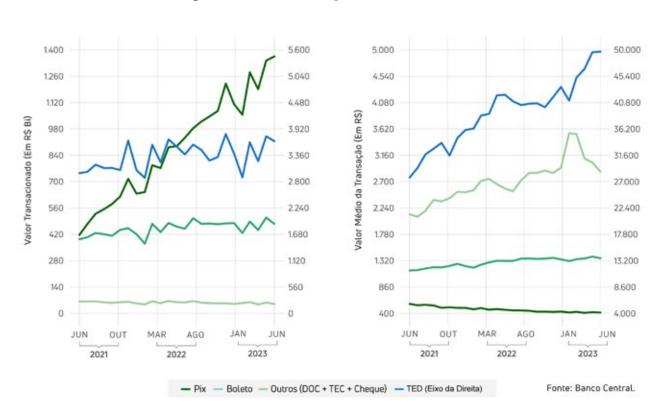




O 2º trimestre de 2023 manteve a importante tendência destaca em todas as edições do relatório *Pagamentos em Dados*: os dois principais fatores em termos de influência sobre o processo de digitalização da economia brasileira foram novamente a completa disseminação do uso do cartão em todas as suas modalidades e a cada vez maior consolidação e uso corriqueiro do Pix pelo brasileiro. A **Figura 1** e a **Figura 2** focam no cada vez maior uso do Pix no país, tanto como um meio de transferência de recursos direto, quanto num meio de pagamento, ao passo que as **Figuras 3 a** 5 olham com mais atenção para a disseminação do cartão e seu importante papel na digitalização da economia brasileira.

A **Figura 1** aponta que, ao final do segundo trimestre de 2023, em junho, o valor transacionado através do Pix chegou a R\$ 1,37 trilhão. Na comparação com jun/22, o crescimento foi de cerca de 53,6%. O fato de que, mesmo após mais de 2 anos de seu lançamento e apresentando crescimento de uso bastante elevado desde então, o Pix ainda crescer 50% em apenas um ano é algo bastante notável. Em relação a dez/22, o crescimento foi de cerca de 11,8%, o que também chama a atenção, pois devido às festas de final de ano, dezembro normalmente costuma ser o mês mais importante em termos de atividade econômica no país.

Figura 1: Meios de Pagamento e Transferências



Além do ainda expressivo crescimento de volume da modalidade apresentado, o ticket médio do Pix caiu cerca de 10% entre jun/22 e jun/23, chegando a cerca de R\$ 414 por transação e dando mais uma evidência da completa propagação do uso do Pix pelos brasileiros, se tornando cada vez mais o principal instrumento de transferência no dia a dia. Como comparação, se pegarmos todas

as outras modalidades apresentadas na Figura 1, o crescimento do valor transacionado foi de apenas 3% entre jun/22 e jun/23, com um crescimento do *ticket médio* de ~7% no período.

A **Figura 2**, por sua vez, evidencia a participação do Pix no bolo das transações de pessoas para empresas (P2B)¹.

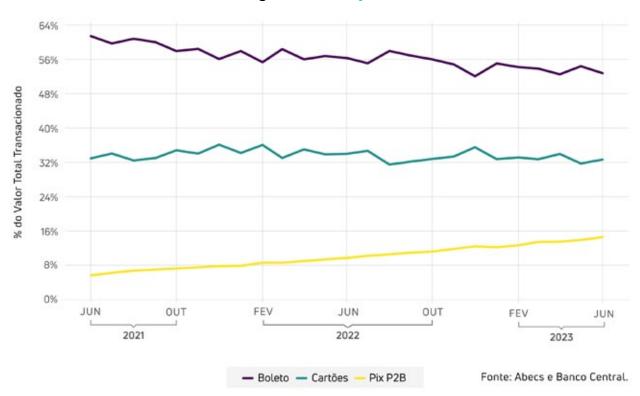


Figura 2: Transações P2B

O destaque contínuo que tem sido enfatizado de forma consistente por este relatório é a adoção do Pix como um meio efetivo de pagamento, expandindo seu papel para além de uma ferramenta de transferência entre indivíduos, apenas². Durante o período entre junho de 2022 e junho de 2023, a parcela do mercado total compreendida pelo Pix P2B aumentou aproximadamente 4,9 pontos percentuais, atingindo cerca de 14,6% do volume total de transações no mercado. É notável que essa mudança ocorreu em grande parte à custa da utilização de boletos, que apresentou uma redução de cerca de 3,6 pontos percentuais no mesmo período. Importante mencionar que, apesar da queda observada, os boletos ainda detêm a maior participação no mercado, representando cerca de 53% do volume total transacionado. Quanto

aos pagamentos com cartão, eles constituíram aproximadamente 32,8% do total de transações no mercado P2B durante os primeiros trimestres de 2023, mantendo-se praticamente estáveis em comparação ao mesmo período de 2022.



^{1.} 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.

^{2.} 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.

Como destacado anteriormente, o uso de cartões tem sido, além do Pix, o fator que mais contribui para a digitalização da economia brasileira. Para um dimensionamento do tamanho do uso de cartões no Brasil, no 2º Trimestre de 2023, o volume financeiro total transacionado pela modalidade de pagamento foi equivalente a cerca de 53% do total gasto em consumo de bens/ serviços pelas famílias brasileiras. Com tamanha importância, o uso disseminado dos cartões no

país tem tido tanto um papel de diminuir as transações com papel moeda (cash), como também promover compras pela internet (e-commerce) e compras por aproximação (contactless).

Neste sentido, a **Figura 3** traz uma atualização sobre a progressão do volume de transações realizadas por meio de cartões até junho de 2023, mostrando um incremento de aproximadamente 8% no total transacionado em comparação com o mesmo período do ano anterior.

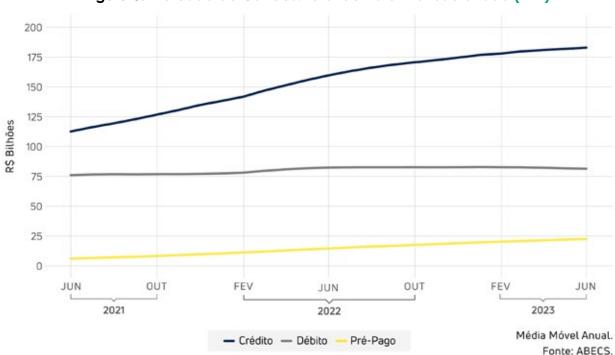


Figura 3: Mercado de Cartões: Total de Valor Transacionado (TPV)

Quando observadas as diferentes modalidades de transação, esse aumento foi de 10,1% para as transações de crédito, 42,7% para as de pré-pago, e uma redução de 3,3% para as de débito. Em termos de quantidade de transações, o mercado chegou a junho com um notável marco de 113 milhões de pagamentos diários feitos por cartão, acompanhado por um crescimento de 4,5% no débito e 48% no pré-pago. Entretanto, houve uma diminuição de 5,1% na quantidade de transações com cartão de crédito, conforme dados da ABECS, sempre comparando com o mesmo período de 2022.

Além disso, houve uma queda de quase 7% no valor médio das transações com débito, que chegou a R\$ 60,5 por transação. O menor valor médio, porém, pertence ao cartão pré-pago, totali-

zando R\$ 39 após uma queda de 2,1% em relação ao mesmo período de 2022. Contrariamente, o valor médio das transações com cartão de crédito aumentou cerca de 16,8%, alcançando aproximadamente R\$ 132.

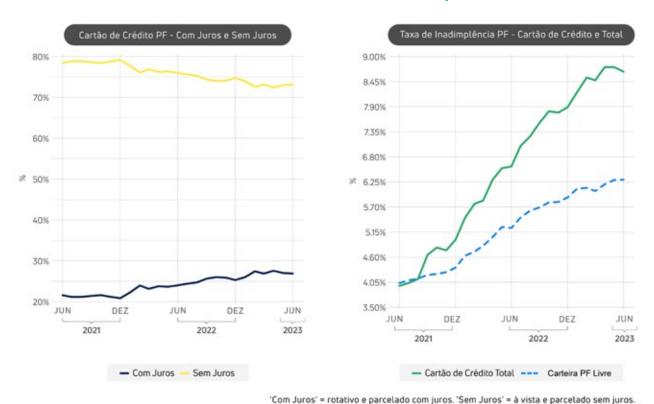
É relevante ressaltar que a queda no volume total de transações realizadas por meio de cartões de débito requer uma análise cautelosa. Como visto, apesar da redução do volume total transacionado, houve um aumento na quantidade de transações, indicando que a diminuição não é resultado de uma menor adoção dessa modalidade, mas sim de uma redução no valor médio por transação. Portanto, ainda parece ser prematuro tirar conclusões definitivas sobre as tendências envolvendo o uso do cartão de débito no país. Apesar disso, a queda (~1,5%) na média móvel de

12 meses³ para essa modalidade, entre junho de 2022 e junho de 2023, reforça a importância de monitorar de perto as transações realizadas com cartão de débito nas próximas edições do *Pagamento em Dados*.

Um outro fator de grande importância que tem um impacto direto no mercado de cartões no país, afetando não apenas o volume total de transações, mas também a distribuição relativa entre as diferentes modalidades, é a situação geral da economia. A abordagem restritiva da política monetária pelo Banco Central se mantém, evidenciada pela taxa Selic que permaneceu constante em 13,75% ao ano ao longo não só do segundo trimestre, mas de todo 2023⁴. Dentro dessa perspectiva, a **Figura 4** oferece uma visão sobre a configuração atual do cenário macroeconômico no mercado de cartões de crédito no país. É per-

ceptível que a grande maioria das transações ainda não está sujeita a taxas de juros, com este tipo de transação (transações de cartão de crédito à vista e parcelado sem juros) representando aproximadamente 73% do saldo total da carteira de cartão de crédito para pessoas físicas⁵ em jun/23. Como enfatizamos no relatório anterior, esse resultado pode ser visto como positivo, indicando à primeira vista um nível de maturidade e um uso mais consciente do cartão de crédito, mesmo diante do aumento atual no endividamento das famílias brasileiras. No entanto, é importante notar que a proporção do saldo mantido em modalidades isentas de juros tem diminuído: em junho de 2022, essa proporção era de 76%, o que significa que era cerca de 2,9 pontos percentuais mais alta do que a proporção atual.

Figura 4: Cartão de Crédito Para Pessoas Físicas: Com Juros x Sem Juros e Taxa de Inadimplência



Fonte: Banco Central.

^{3.} A análise de média móvel de 12 meses permite amenizar as importantes sazonalidades dentro do ano que existem no mercado de pagamentos do país.

^{4.} A redução de 0,5 p.p na taxa Selic para o valor de 13,25% a.a. foi tomada após reunião do Copom realizada em agosto de 2023.

^{5.} As transações realizadas por pessoas físicas correspondem a cerca de 94% do volume total de transações realizadas com cartão de crédito no país.

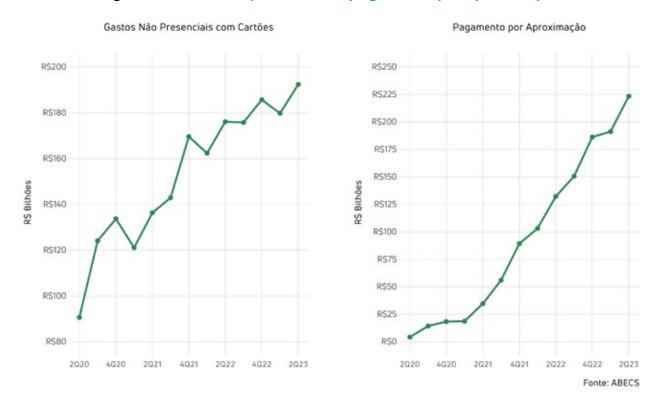
Outro dado relevante nesse contexto é a trajetória da taxa de inadimplência total associada às transações realizadas com cartão de crédito por pessoas físicas, que vem subindo de forma consistente desde 2021. Ao término do segundo trimestre de 2023, em junho, a taxa de inadimplência referente ao cartão de crédito utilizado por pessoas físicas atingiu um valor de aproximadamente 8,7%, um importante acréscimo de cerca de 2 pontos percentuais na comparação com junho de 2022. Quando comparado com junho de 2021, o aumento na taxa de inadimplência da carteira ativa de cartão de crédito no país foi de 4,7 pontos percentuais. Além disso, esta taxa de inadimplência de 8,7% registrada para a modalidade de cartão de crédito excedia em cerca de 2,4 pontos percentuais a média de 6,3% observada na carteira livre7 de pessoas físicas.

Portanto, a situação atual do mercado de cartões de crédito no país levanta algumas preocupações. O aumento na inadimplência resulta em taxas de juros elevadas para os consumidores. Como temos sempre destacado no Pagamento em Dados, além das questões ligadas à situação econômica, um desafio crucial para a indústria de cartões é incentivar o crescimento do uso do

cartão de crédito de forma paralela à promoção da cidadania e da educação financeira. Isso visa a garantir que os cidadãos brasileiros utilizem o produto de maneira mais consciente, sem comprometer sua estabilidade financeira, e busquem manter níveis saudáveis de inadimplência dentro do setor. Ainda, é importante ressaltar que o início do afrouxamento da política monetária do Banco Central, com corte de 0,5 p.p. na Selic após a reunião de ago/23 e indicativo de cortes da mesma magnitude à frente, pode aliviar as condições macroeconômicas adversas atuais e ajudar a indústria de cartões a atingir essa dinâmica saudável entre crescimento, promoção da cidade e educação financeira e manutenção de uma inadimplência e uso das modalidades sem juros em trajetória positiva.

Como uma última análise desta seção sobre o mercado de pagamentos no país, a Figura 5 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 através da promoção de compras online (gastos não presenciais) e compras por aproximação (contactless).

Figura 5: Gastos não presenciais e pagamento por aproximação



^{6.} Segundo a definição do Banco Central, uma carteira de crédito é considerada inadimplente quando está há pelo menos 90 dias sem pagamentos.

^{7.} Correspondem 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. Em jun/23, a carteira de recursos livres representava cerca de 56% do total da carteira para pessoas físicas no país.

Ao final do segundo trimestre de 2023, a ABE-CS divulgou que os cidadãos brasileiros gastaram aproximadamente R\$ 372,2 bilhões por meio de transações não presenciais com cartões, revelando um aumento de cerca de 10% em comparação ao mesmo período de 2022. Esse aumento foi impulsionado principalmente pelo uso do cartão de crédito (+9,2%) e do cartão pré-pago (+67,4%) para compras *online* em plataformas de *e-commerce* e aplicativos.

Outra notável tendência na digitalização da economia brasileira por meio do aumento no uso de cartões é a adoção de pagamentos por aproximação. Até junho de 2023, esse método de pagamento registrou transações no valor de aproximadamente R\$ 414,8 bilhões, representando um crescimento de mais de 76% em comparação ao mesmo período de 2022. Adicionalmente, aproximadamente 48,4% das transações presenciais realizadas com cartão ocorreram por meio da tecnologia de aproximação. No mesmo período de 2022, esse número era de 33,4%, enquanto em 2021 era de apenas 13,5%. Esse rápido crescimento ilustra a popularidade crescente desse método de pagamento, devido aos benefícios oferecidos tanto para os consumidores quanto para os comerciantes, incluindo maior rapidez, conveniência e segurança⁸. Segundo a ABECS, em dez/23, 56% das transações com cartões no país serão feitas por meio de aproximação.

Uma característica notável das transações por aproximação é o ticket médio significativamente mais baixo: ao longo dos dois primeiros trimestres de 2023, o ticket médio para compras com cartão de crédito foi de R\$ 81,7, o que representa uma redução de cerca de 38% em relação ao ticket médio geral dessa modalidade. Essa tendência também se reflete nas compras feitas com cartão de débito e pré-pago, que apresentaram uma diferença média de cerca de 29% e 14,7% a menos, respectivamente. Isso sugere que a tecnologia de aproximação é mais popular para pagamentos de menor valor, principalmente devido à conveniência de não exigir a digitação de senhas para essas transações. Uma vez que senhas são necessárias para pagamentos de valores mais altos por questões de segurança, há um incentivo para escolher essa modalidade, especialmente para compras de menor valor. Além disso, o ticket médio mais baixo também pode estar relacionado a medidas que incentivam a adesão a essa forma de pagamento. Um exemplo é a adaptação de várias cidades para aceitar pagamentos por aproximação nas catracas de transporte público, contribuindo para a diminuição do ticket médio.



^{8.} Segundo pesquisa realizada pela ABECS em parceria com o Instituto Datafolha, 88% dos entrevistados consideram comodidade e rapidez como os principais benefícios do pagamento por aproximação. A mesma pesquisa aponta que o pagamento por aproximação é mais popular na faixa etária de 18 a 24 anos (usada por 77% dos entrevistados nesta faixa etária) e menos popular entre pessoas com mais de 60 anos (usada por apenas 31% dos entrevistados nesta faixa etária).



O resultado do segundo trimestre contribuiu para que o primeiro semestre de 2023 registras-se crescimento acima do esperado para a economia brasileira. Após crescimento de 1,8% no primeiro trimestre, o Produto Interno Bruto repetiu resultado positivo no segundo e avançou 0,9% em relação ao primeiro, acumulando alta de 3,4% em relação ao mesmo período de 2022, na série com ajuste sazonal do IBGE. A forte expansão da agropecuária e a manutenção da alta na econo-

mia de serviços foram fundamentais para este resultado positivo da economia brasileira. Mesmo com a queda de 0,9% no segundo trimestre, o setor de agropecuária acumula crescimento 17,9% em 2023, sendo o principal motor econômico do país na primeira metade de 2023º. Já o setor de serviços¹o, que representa cerca de 70% da economia do país, manteve o crescimento positivo no segundo trimestre, crescendo 0,6% em relação ao primeiro e acumulando alta de 2,6% no ano.

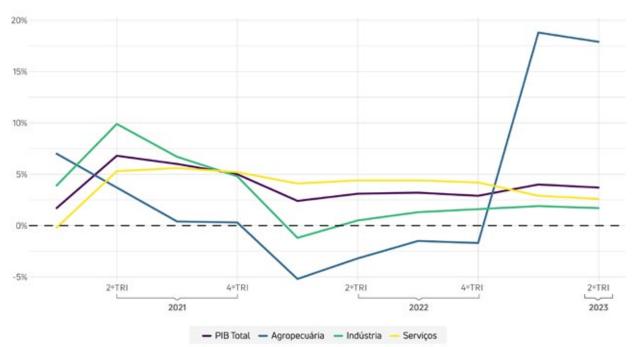


Figura 6: PIB Lado da Oferta - Crescimento Acumulado no Ano

Crescimento acumulado no ano em relação ao mesmo período do ano anterior. Série dessazonalizada. Fonte: IBGE

^{9.} A sólida performance do setor agropecuário brasileiro assume relevância adicional pois, no setor de serviços, o desempenho positivo foi impulsionado pelo crescimento observado no segmento de *Transportes, serviços relacionados ao transporte e correios*. Essa melhoria foi diretamente influenciada pelo transporte da safra recorde de grãos, juntamente com o aumento nas vendas *online* e a crescente tendência de digitalização das compras no país.

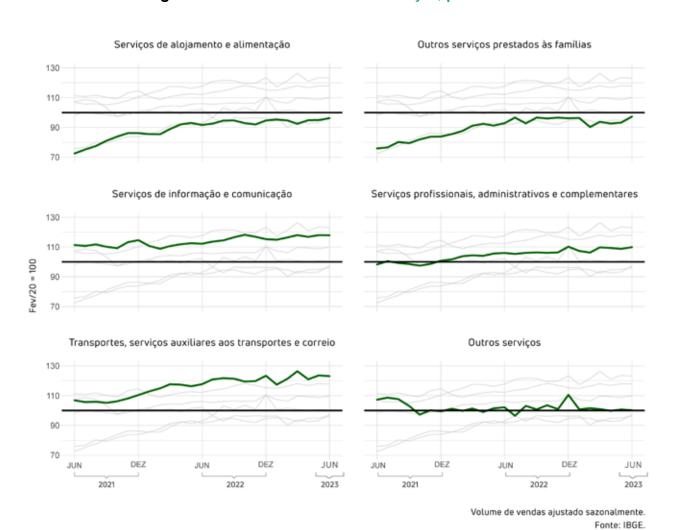
^{10.} Importante notar que 'Comércio' está dentro do indicador de 'Serviços' divulgado pelo IBGE.

Além disso, o consumo das famílias foi o destaque do PIB pelo lado da demanda, ao crescer 0,9% em relação ao trimestre anterior, sendo um importante motor do crescimento dos serviços e do comércio varejista nesta primeira metade do ano. Vale ressaltar que este aumento no consumo foi diretamente influenciado pela força do mercado de trabalho no país que, a despeito dos juros em níveis elevados, ajuda a explicar o comportamento do consumo privado, que responde por mais de 60% do PIB. Ainda, este consumo também foi puxado pelos altos investimentos em transferências sociais, 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).

Para completar o cenário positivo para o crescimento dos consumos das famílias na primeira metade do ano, a inflação tem perdido fôlego, especialmente em alimentos¹¹.

Por outro lado, após esse bom resultado do setor de serviços, dados de junho apontam sinais de arrefecimento para o setor. Portanto, é preciso acompanhar a evolução dos resultados para saber se os dados de junho são um indício de que a segunda metade do ano será menos positiva para o setor. A Figura 7 destaca a evolução do setor de serviços no Brasil, separado pelos diversos subsegmentos acompanhados pela Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), principal pesquisa sobre a atividade no setor, divulgada pelo IBGE.

Figura 7: Volume de Vendas em Serviços, por setores



^{11.} No período de um ano, a taxa de inflação dos alimentos comprados para consumo em casa caiu de 17,49% em julho de 2022 para 0,66% em julho deste ano, conforme indicado pelo IPCA-15. Essa queda de preços é especialmente vantajosa para as pessoas de menor renda, já que os alimentos representam uma parcela maior dos gastos na cesta de compras dessas famílias.

Com alta de 0,2% em junho na comparação com maio e crescimento de 4,1% em relação ao mesmo mês do ano passado, o setor de servicos observou um crescimento abaixo das expectativas do mercado em jun/23, o que já pode ser uma prévia da desaceleração esperada da economia brasileira para o resto do ano. Com o desempenho de junho, os serviços agora estão em patamar 12,1% superior ao da pré-pandemia, em fevereiro de 2020, mas 1,5% abaixo do nível de dezembro de 2022 - ponto mais alto da série histórica. Na análise trimestral, o setor cresceu 0,5% no segundo trimestre, contra uma queda de 0,7% no primeiro trimestre do ano. Na análise por segmentos, vemos que três das cinco atividades acompanhadas tiveram alta na passagem entre maio e junho.

Os destaques vieram de Serviços prestados às famílias, com expansão de 1,9%, de Serviços profissionais, administrativos e complementares, aumento de 0,8%, e de Serviços de informação e comunicação, com avanço de 0,5%. A alta de Serviços prestados às famílias foi a terceira seguida, o que permitiu ganho acumulado de 4,1% no período. Por outro lado, Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio tiveram queda de 0,3% e os Outros serviços, de 0,4%. Ambos os segmentos eliminaram parte dos ganhos de maio, de 2,2% e 0,8%, respectivamente.

Segundo o próprio IBGE, apesar da alta acumulada recentemente, em junho, o volume de serviços prestados às famílias se mostrou 2,5% abaixo de fevereiro de 2020, que é considerado o marco da pré-pandemia. Entre os cinco segmentos dos serviços, esse é o único que não ultrapassou o marco pré-pandêmico em nenhum momento nesses mais de três anos. Parte deste resultado pode ser explicado por uma mudança significativa no padrão de consumo das famílias brasileiras desde então: o avanço dos aplicativos de delivery de comida para entrega de pedidos de restaurantes e das plataformas de hospedagens e compartilhamento de moradias. Nesses casos, a receita é contabilizada em serviços profissionais e administrativos e não no grupo de serviços prestados às famílias.

Especialistas do setor entendem que, na ausência de estímulos que afetem artificialmente o re-



sultado do setor, a trajetória de arrefecimento dos serviços prestados no país se mantenha como a tônica das próximas divulgações. Tal movimento tende a mostrar também uma contribuição relativa menor do setor para o conjunto da economia neste ano. Parte relevante da expectativa de arrefecimento dos serviços no Brasil até o final de 2023 se deve a segmentos mais cíclicos e dependentes do mercado de crédito do país, que indicam uma tendência contínua de desaceleração devido a condições financeiras altamente restritivas.

Já olhando especificamente para o comércio varejista, a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE e principal termômetro do setor, apontou que o segundo trimestre do ano para o varejo teve como destaque positivo o mês de junho, que, apesar de apontar uma estabilidade em relação ao mês de maio, interrompeu uma sequência de dois resultados negativos (quedas mensais de 0,1% em abril e de 0,7% em maio). Desta forma, o varejo apresentou dois recuos e uma manutenção do volume de vendas no segundo trimestre do ano, corroborando com a percepção que o setor "andou de lado" ao longo de todo o primeiro semestre e deve continuar arrefecendo até o fim do ano. Na comparação com junho de 2022, os dados da PMC apontam que houve avanço de 1,3%. No varejo ampliado - que inclui veículos, material de construção e 'atacarejo', tendo maior ligação com o Produto Interno Bruto -, as vendas subiram 1,2% na passagem entre maio e junho. Na comparação com junho de 2022, a alta foi de 8,3%.

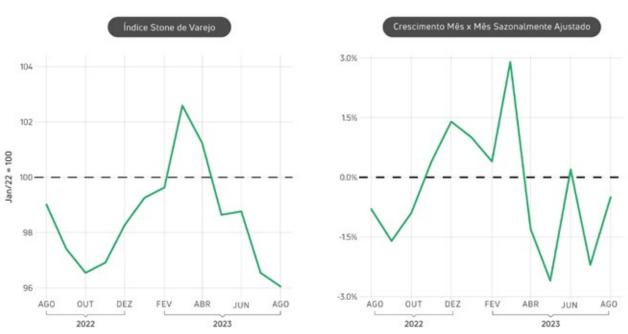
Já o Índice Stone Varejo¹², importante métrica que acompanha a atividade do comércio varejista

^{12.} 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.

do país e tem como uma de suas vantagens uma frequência de divulgação mais rápida que a da PMC, corrobora com a tese de arrefecimento do comércio varejista no país identificada pelos dados divulgados pelo IBGE, porém indicando uma certa estabilidade no cenário, principalmente na comparação com 2022. A **Figura 8**, especificamente, apresenta os resultados do Índice Stone Varejo até ago/23, ou seja, com dados dois meses à frente da PMC. Vemos que, em relação a jul/23, o Índice Stone Varejo aponta arrefecimento do comércio varejista brasileiro, de 0,5%, já ajustado para os efeitos sazonais¹³. Na comparação anual

com agosto de 2022, a queda é maior: 3%. Tais números marcam o quinto mês consecutivo de recuo na atividade econômica do comércio varejista. Por outro lado, o indicador anual se manteve em nível similar ao de julho, reforçando a ideia de que a queda no varejo brasileiro em relação ao ano de 2022 parece ter se estabilizado. Portanto, o Índice Stone Varejo é mais um importante indicador que aponta que o comércio varejista segue enfrentando dificuldades para recuperar o volume de vendas no cenário macroeconômico atual, prevendo uma contínua trajetória de queda pelo menos até ago/23 e aumentando a expectativa para a segunda metade do ano.

Figura 8: Índice Stone 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.

Na análise do comércio varejista por setores, a **Figura 9** acompanha a evolução do volume de vendas do varejo brasileiro, separado pelos diversos segmentos que formam o setor. Vemos que o segundo trimestre do ano continuou a tendência apontada anteriormente neste relatório e observada também ao longo do primeiro trimestre: 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.

Tal como observado no primeiro trimestre do ano, 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 segmentos se beneficiaram da redução da inflação interna, de transferências fiscais do governo, como o Bolsa Família, do pagamento antecipado do 13º salário de aposentados e pensionistas pelo INSS e do aumento real do salário mínimo. O primeiro segmento

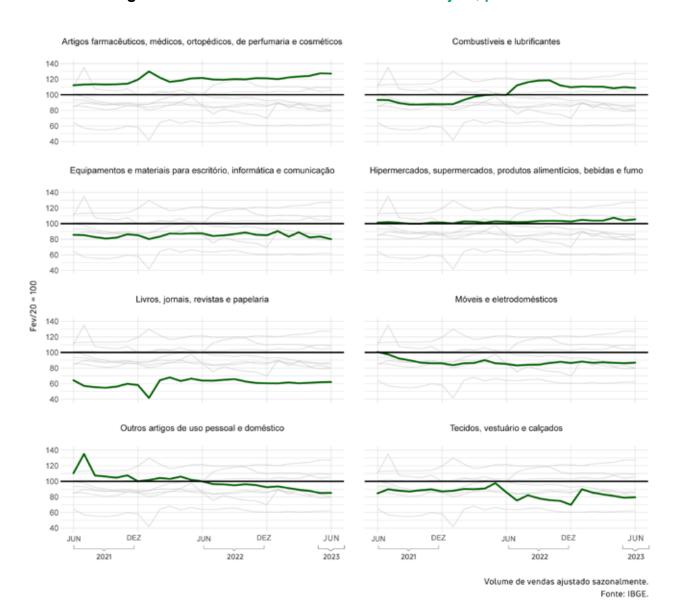
^{13.} O relatório completo do Índice Stone Varejo de agosto/23, bem como os dados completos do indicador apresentados, podem ser encontrados em: https://institutopropague.org/pagamentos/stone-varejo-agosto-2023/.

teve crescimento de 2,8% entre jun/23 e jun/22, ao passo que o segundo teve crescimento de 3,7% na mesma comparação.

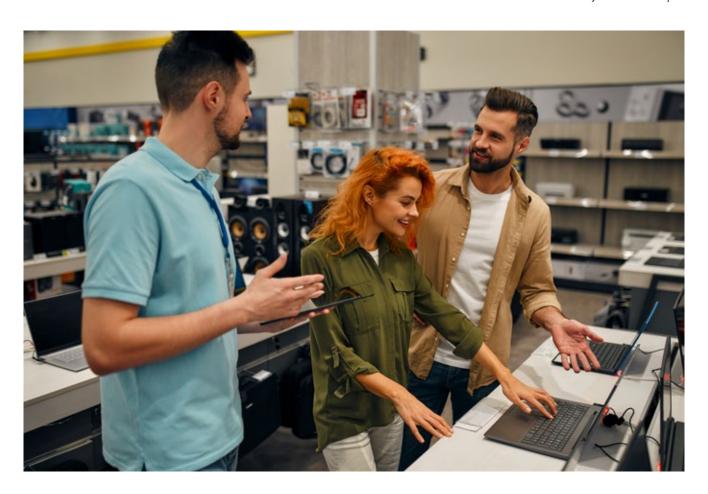
Outro segmento que teve destaque no segundo trimestre do ano, em especial em junho, foi o de *Veículos, motocicletas, partes e peças*. O crescimento de 8,5% das vendas de veículos entre

jun/23 e jun/22, que ajudou a impulsionar o resultado além do esperado para o varejo ampliado no mês, pode ser explicado pelo programa de incentivo de vendas de "carros populares" do governo federal¹⁴. O segmento observou o maior crescimento desde fevereiro de 2021 (10,3%), o que permitiu que o patamar de vendas superasse o pré-pandemia pela primeira vez em mais de três anos.

Figura 9: Volume de Vendas no Comércio Varejista, por setores



^{14.} O programa do governo federal visava estimular a venda de carros "populares" e foi encerrado cerca de um mês após sua entrada em vigor, no começo de jul/23. A duração prevista do programa era de quatro meses ou enquanto durassem os subsídios. No total, foram disponibilizados R\$ 650 milhões, já descontados os impostos. Esse era o teto do programa.



Por outro lado, segmentos como Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, Móveis e eletrodomésticos e Material de construção estão em um caminho de enfraquecimento/estabilidade 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, consequentemente, das taxas de juros e níveis de endividamento.

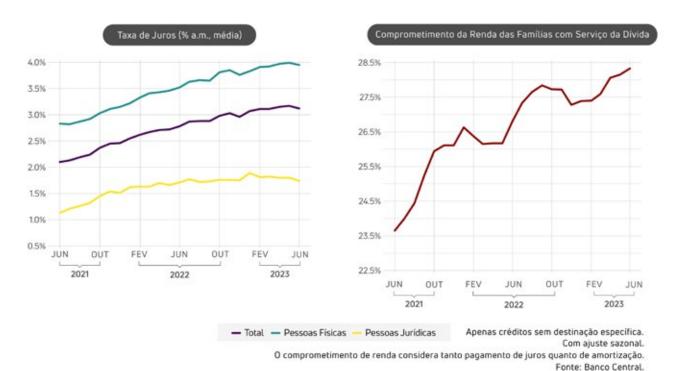
Em suma, ainda que os resultados do segundo trimestre tenham sido acima do esperado por analistas, o varejo brasileiro teve resultado modesto ao longo de todo o ano até junho: um crescimento de 1,9% no primeiro trimestre e um recuo de 0,2% no segundo trimestre de acordo com dados da PMC, se mantendo em um patamar cerca de 3% inferior ao de 2022, de acordo com o Índice Stone de Varejo. A política monetária restritiva do Banco Central e os decorrentes juros altos no mercado de crédito parecem ser a melhor explicação para a modesta evolução do setor, devido a ampla gama de segmentos do varejo brasileiros com vendas dependentes do acesso a créditos destinados a consumo (crédito pessoal e aquisição de bens). Além disso, o comércio varejista conviveu com as consequências do "caso Americanas" durante os dois primeiros trimestres do ano, que decorreu em diversos fechamentos de lojas de grandes players do setor. Como temos acompanhado ao longo destes relatórios sobre o mercado de pagamentos no país, uma das principais razões para o arrefecimento da atividade no comércio varejista e nos serviços prestados no país é a atual condição macroeconômica adversa. O segundo trimestre de 2023 corrobora novamente esta tese, apresentando crescimento nas principais métricas que evidenciam um ambiente desfavorável para as vendas no comércio varejista e nos serviços prestados no país.

A Figura 10 destaca a evolução das taxas de juros praticadas no país ao longo de 2023 e um dos aspectos que mais tem pesado no bolso do consumidor brasileiro: boa parte da renda das famílias do país está sendo comprometida diretamente com o pagamento de juros e amortização de dívidas. Vemos que desde dez/22, a taxa de juros mensal média praticada no mercado brasileiro cresceu cerca de 0,16 p.p ou cerca de 2,7 p.p. quando olhamos para a taxa de juros anual. O aumento é ainda maior na comparação com jun/22, com esse aumento sendo cerca de 0,34 p.p ou de 5,6 p.p. na visão anual. A taxa praticada para pessoas físicas está especialmente elevada, fechando jun/23 próxima a 4% a.m. ou cerca de 60% a.a.

Um dos resultados mais significativos decorrentes diretamente desse aumento das taxas de juros no país é a proporção da renda das famílias brasileiras que é destinada exclusivamente ao pagamento de juros e à redução de dívidas. Depois de se estabilizar e até apresentar uma leve diminuição ao fim de 2022, esse indicador retomou seu crescimento não só no segundo trimestre de 2023, mas em todo o primeiro semestre do ano. Entre dezembro de 2022 e junho de 2023, a parcela da renda comprometida com o reembolso das obrigações financeiras das famí-

lias brasileiras aumentou em aproximadamente 1 ponto percentual, atingindo o nível de 28,3% de todos os ganhos familiares destinados a pagamentos de empréstimos. Esse número representa o ponto mais alto desde o início do registro dessa métrica pelo Banco Central em 2013. Em comparação com junho de 2022, houve um acréscimo de 1,5 ponto percentual neste indicador. Quando contrastado com junho de 2021, esse crescimento equivale a quase 5 pontos percentuais, ressaltando a importância do aumento de taxas de juros mencionado.

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



Neste mesmo contexto da capacidade das famílias brasileiras em manter em dia o pagamento dos empréstimos adquiridos, a Figura 11 chama a atenção para um dos resultados principais causados pelo comprometimento significativo da renda das famílias: o notável aumento da inadimplência¹⁵. Entre junho de 2022 e junho de 2023, a proporção da carteira de crédito ativa de pessoas físicas em situação de inadimplência cresceu de aproximadamente 3,5% para cerca de 4,2%, indicando um acréscimo de 0,7 ponto percentual. Desde dezembro de 2022, esse aumento foi de cerca de 0,33 ponto percentual. Em uma análise dos últimos 2 anos, entre junho de 2021 e junho de 2023, a taxa de inadimplência para pessoas físicas aumentou em cerca de 1,3 ponto percentual.



^{15.} Segundo a definição do Banco Central, uma carteira de crédito é considerada inadimplente quando está há pelo menos 90 dias sem pagamentos.

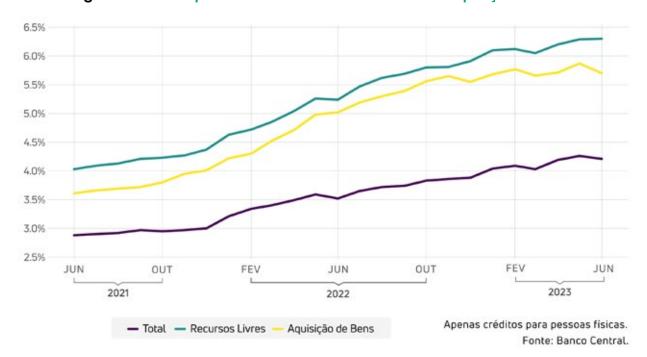


Figura 11: Inadimplência de Pessoas Físicas - Total e Aquisição de Bens

Olhando especificamente a taxa de inadimplência entre pessoas físicas para empréstimos livres (sem destinação específica)¹⁶, vemos que esta métrica atingiu cerca de 6,3% em junho de 2023, o que representa um aumento de 0,4 ponto percentual em apenas 6 meses e aproximadamente 1,1 ponto percentual em comparação com o ano anterior. No segmento de empréstimos para Aquisição de Bens¹⁷, fundamental para o setor de varejo de produtos duráveis, a taxa de inadimplência alcançou cerca de 5,7% em junho, mostrando um aumento de 0,7 ponto percentual ao longo de um ano. Isso mais uma vez ressalta as dificuldades atuais do ambiente macroeconômico enfrentadas por esse segmento do mercado varejista.

Portanto, o arrefecimento observado no volume de vendas do varejo e serviços ao longo do segundo trimestre – e de todo primeiro semestre de 2023 – tem sido diretamente influenciado pelo ambiente macroeconômico do país. Do lado positivo, vemos os segmentos mais essenciais e dependentes diretos pela renda disponível dos indivíduos se dando melhor neste ambiente, in-

fluenciado por fatores como o baixo nível de desemprego, a queda da inflação e o aumento real dos salários mínimos. Do lado negativo, vemos segmentos de bens de maior valor agregado e mais dependentes de concessões de crédito com dificuldade de sustentar um crescimento expressivo, influenciados pelo alto comprometimento de renda das famílias, pelas altas taxas de juros e pela inadimplência em ascensão no mercado de crédito no país. Como todos esses fatores interagirão no restante do ano parece ser a pergunta-chave para entender como a atividade econômica no varejo e no serviço se comportará no resto do ano. Além disso, um movimento para o restante do ano crucial de se observar é a trajetória da taxa básica de juros da economia: em agosto, foi anunciada uma redução de 0,5 p.p. da taxa SELIC, com previsão de mais cortes de mesma magnitude para as próximas reuniões do Copom. Entender como este movimento de afrouxamento monetário impactará a trajetória de vendas de serviços e do comércio varejista no país em seus mais diversos segmentos será assunto importante nas próximas edições deste relatório.

^{16.} Correspondem 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. Em jun/23, a carteira de recursos livres representava cerca de 56% do total da carteira para pessoas físicas no país.

^{17.} 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.

A Figura 12, por fim, traz as atualizações referentes aos níveis de confiança do empresário e do consumidor no setor comercial no início de 2023. Como também destacado na versão anterior deste relatório, há uma importante mudança na trajetória dessas duas métricas a partir de novembro de 2022, com essa diferença tendo se acentuado ainda mais durante os primeiros seis meses de 2023. A partir de novembro de 2022, o índice de confiança do empresário registrou uma queda de aproximadamente 16,6%, enquanto o índice do consumidor aumentou cerca de 7,2%, com um acréscimo de cerca de 2,5% apenas entre maio e junho de 2023. A confiança dos empresários do setor comercial experimentou, portanto, sete meses consecutivos de declínio no período, atingindo o seu ponto mais baixo desde julho de 2021, período marcado pelas restrições da Covid-19. O crescimento modesto do varejo nos primeiros seis meses de 2023, juntamente com as perspectivas fracas para o restante do ano, parecem contribuir para essa tendência, especialmente considerando o também fraco desempenho do setor em 2022. O componente chave da queda é o "Índice das Condições Atuais do Empresário do Comércio", um subindicador que compõe o índice global e que acumulou perdas de 22,5% desde dezembro de 2022.

Por outro lado, apesar de algumas oscilações ao longo do ano, a confiança do consumidor tem aumentado desde o final do ano passado. Isso se deve, em grande parte, ao crescimento do "Índice das Condições Econômicas Atuais", que teve um aumento de cerca de 24% entre novembro de 2022 e junho de 2023. Conforme destacado anteriormente, a resiliência do mercado de trabalho, os programas de apoio financeiro do governo federal e o aumento real do salário mínimo têm desempenhado um papel fundamental na melhoria das perspectivas e parecem ser os principais fatores por trás da divergência nos indicadores de confiança entre os consumidores e os empresários do setor varejista.

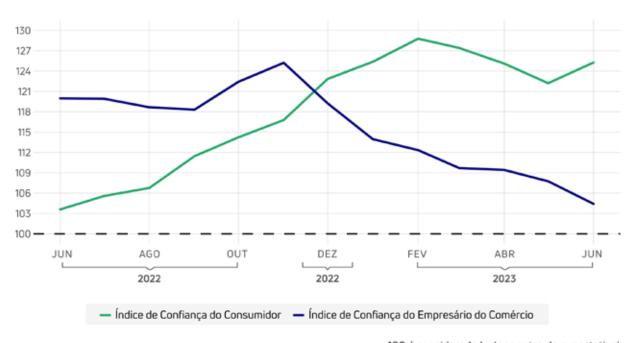


Figura 12: Confiança do Consumidor e do Empresário do Comércio

100 é considerado 'valor neutro de expectativa'.
Fonte: FecomercioSP.

3. Conclusão

Neste relatório, em que apresentamos uma visão geral do mercado de pagamentos no Brasil ao longo do segundo trimestre de 2023, pudemos observar que o período consolidou a tendência de digitalização da economia brasileira, com especial destaque para o crescimento ainda relevante no uso do Pix, mesmo mais de dois anos após o lançamento da ferramenta. Esse processo é ainda reforçado pelo aumento do uso de cartões nas modalidades compras online (gastos não presenciais) e compras por aproximação (contactless). Outro destaque fica por conta da queda no ticket médio tanto no Pix quanto no cartão de débito, uma tendência já observada no primeiro trimestre do ano.

Em relação à atividade econômica, o resultado do segundo trimestre ajudou a construir um primeiro semestre de 2023 com crescimento acima do esperado para a economia brasileira, com o PIB acumulando alta de 3,4% no período. Na análise trimestral, o setor de serviços teve alta de 0,6% em comparação ao trimestre anterior, mas dados de junho apontam sinais de arrefecimento, sendo necessário acompanhar a evolução do setor para entender se esse resultado terá impactos na segunda metade do ano. Já o varejo fechou o segundo trimestre com dois recuos e uma manutenção do volume de vendas, passando uma percepção de que o setor "andou de lado". O Índice Stone Varejo ainda corrobora com a tese de arrefecimento do comércio varejista, mas indica uma certa estabilidade no cenário, principalmente na comparação com 2022. Esse cenário parece ter forte influência do contexto macroeconômico, sobretudo o alto endividamento das famílias brasileiras. Nesse sentido, a trajetória da taxa básica de juros da economia (que apresentou redução de 0,5 p.p. em agosto) deve ser acompanhada mais de perto, buscando entender se esse movimento trará mudanças ao cenário econômico atual para o varejo e os serviços no país.





Diagramação:

Conteúdo:

Adalberto Souza

Bruna Cataldo Guilherme Vergara Morgana Tolentino Rômulo Carvalho

Mais informações: contato@institutopropague.org

