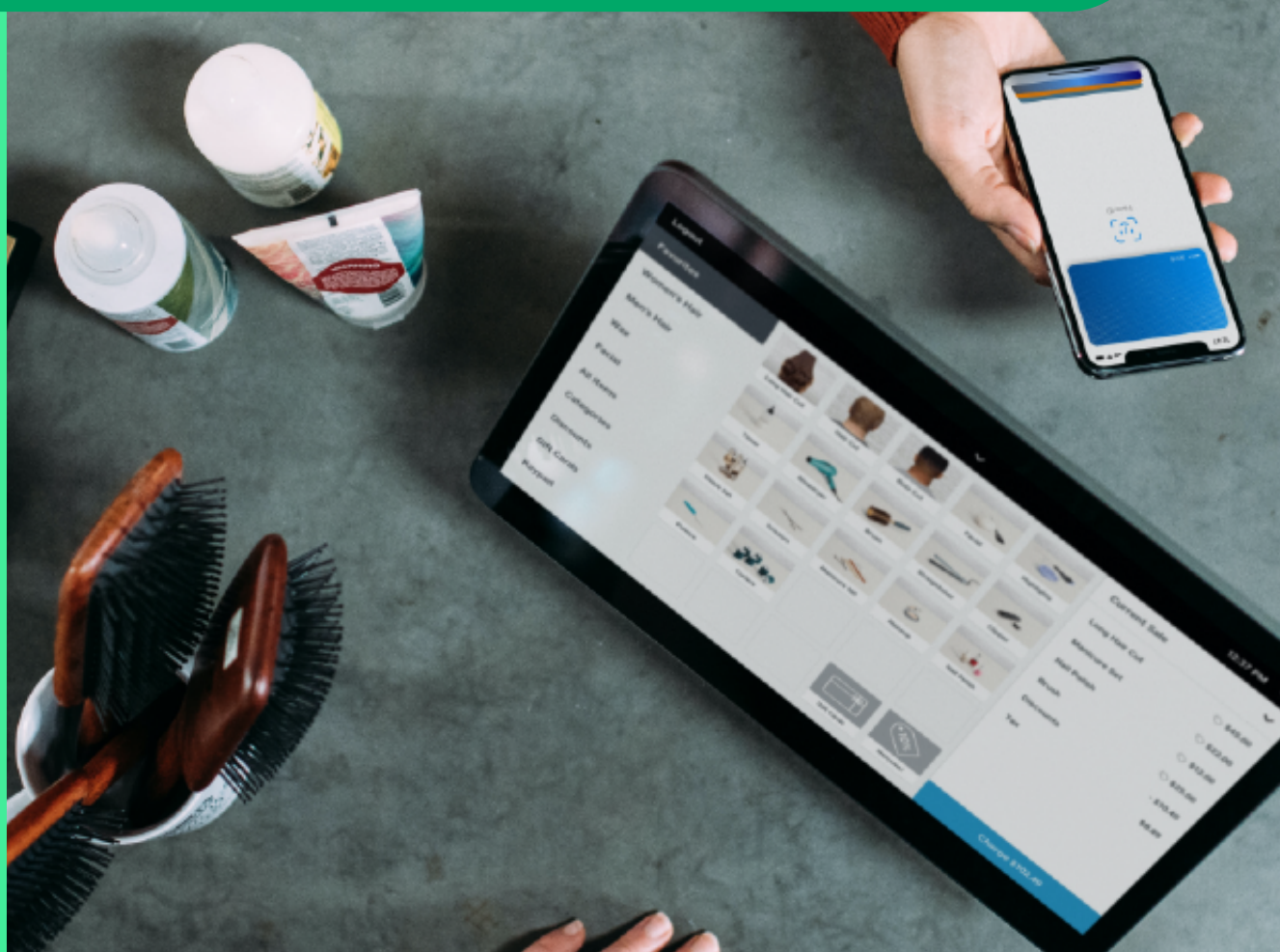


Mercado de pagamentos em dados

2T 2021

Resultados do varejo, mercado de cartões e digitalização no trimestre



instituto

Propague

stone



Sumário executivo

Desde 2010, o mercado de pagamentos do Brasil vem passando por transformações regulatórias e tecnológicas que resultaram em seu crescimento e ganho de relevância na economia. O mercado de meios eletrônicos alcançou R\$ 2 trilhões em valor transacionado em 2020 e participação de aproximadamente 48% do consumo das famílias em 2021¹. No fim do ano, o lançamento do Pix incluiu um novo meio de pagamento digital para a população que, em menos de 1 ano, alcançou 750 milhões de transações e mais de R\$ 441 bilhões em valor transacionado em junho de 2021.

Temos hoje, portanto, um setor relevante para famílias, empreendedores e economia como todo, e que está em transformação devido à digitalização. Nesse contexto, o Instituto Propague e o time de Economic Research da Stone lançam em parceria este relatório de acompanhamento do mercado de pagamentos do mercado de pagamentos com a finalidade de oferecer um overview periódico dos dados junto de breves análises sobre tópicos como volume de vendas no varejo por setor, detalhamento dos dados do mercado de cartões, e acompanhamento do processo de digitalização com informações sobre a adesão

a modalidades como contactless e Pix.

Nesta primeira edição, um destaque são os setores mais afetados pela continuidade da pandemia, como os de serviços prestados à família (ex: restaurantes e alimentação), ainda não terem conseguido recompor seus resultados apesar de terem tido alguma recuperação. Também chamam atenção os movimentos de digitalização, que tiveram crescimento em todo o mundo durante a crise de Covid-19, mas no Brasil foram exacerbados pela implementação do Pix.

Para além da dinâmica que ainda reflete a conjuntura, alguns resultados evidenciaram a continuidade da tendência dos ganhos competitivos no mercado que foram iniciadas em 2010, com o market-share das adquirentes mais novas, como Stone, Getnet e PagSeguro entrando em trajetória de crescimento bastante acima da média do mercado. Esse resultado não só reflete a manutenção da tendência, como chama atenção para o fato de o mercado de pagamentos estar dinâmico e em transformação a despeito das dificuldades impostas pela pandemia, reforçando a importância de um acompanhamento periódico de seus indicadores.

¹ABECS (2021). MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO: BALANÇO 2020. Disponível em: <https://api.abecs.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Balan%C3%A7o-do-Sector-4%C2%BA-Trimestre-de-2020-Apresenta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acessado em: 23 de agosto de 2021

1. Mercado de Pagamentos

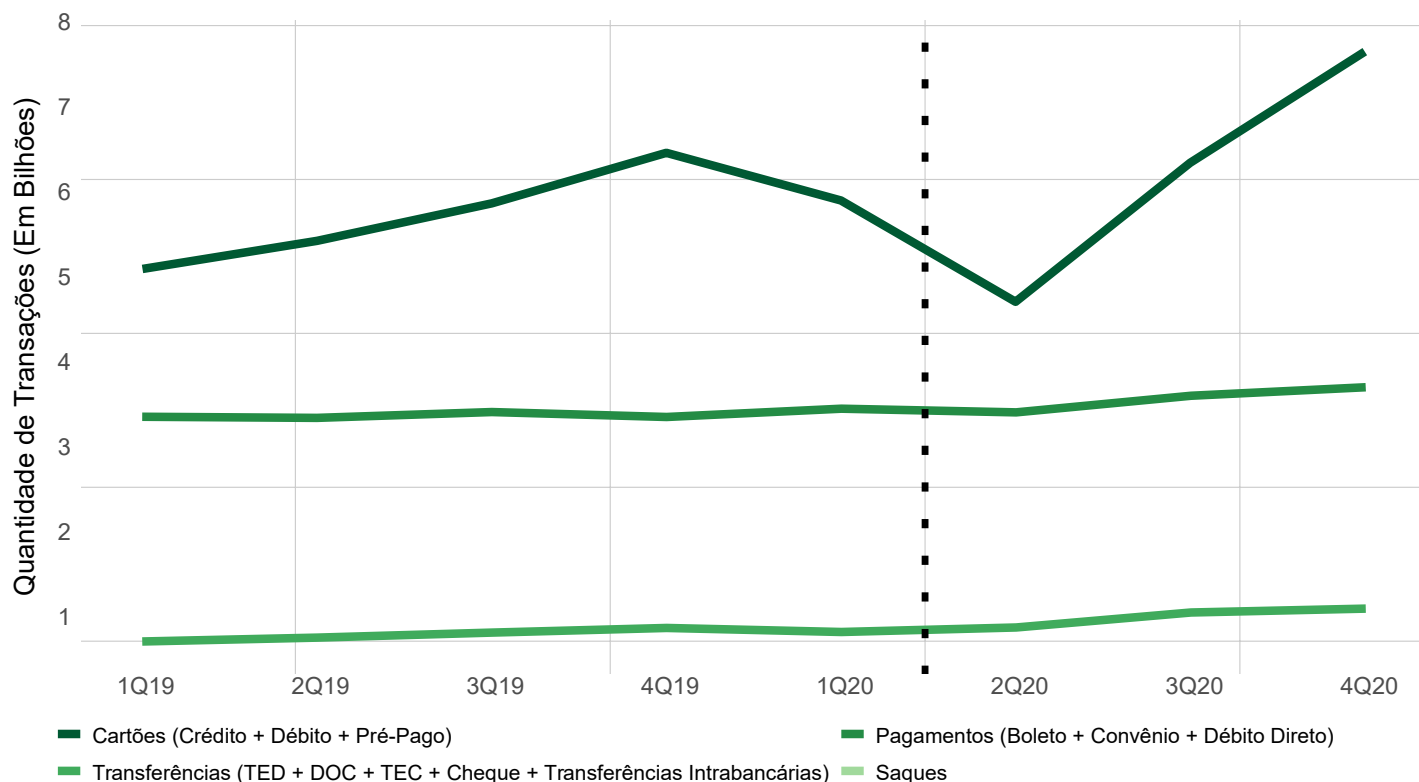
O mercado de pagamentos no Brasil tem se caracterizado por um forte dinamismo na última década. Através de debates públicos envolvendo diversos segmentos da sociedade, o Banco Central vem implementando importantes mudanças regulatórias que têm impactado profundamente o dia a dia da sociedade. Esta seção tem como objetivo discutir e apresentar evidências de tendências originadas deste movimento de transformação, principalmente no que diz respeito a duas delas: a consolidação do cartão como um dos principais meios de pagamento do país e o grande processo de digitalização/facilitação que vem tomando conta da forma de pagar por produtos e serviços do brasileiro.

A Figura 1 mostra a evolução da quantidade de transações de diferentes instrumentos de pagamento em 2019 e 2020. Há uma impor-

tante tendência a ser destacada: o uso cada vez maior do cartão como um meio de pagamento no país. Apesar de um importante impacto trazido pela pandemia de COVID-19, outros fatores levaram ao impulsionamento da modalidade ao fim do período analisado, um deles a própria resposta à pandemia.

Temos que, neste período de 2 anos, houve um crescimento de aproximadamente 51% no número de transações realizadas com cartões entre o primeiro quarto de 2019 e o último quarto de 2020, saindo de pouco mais de 5 bilhões de transações para quase 7,7 bilhões. Importante ressaltar que o aumento em 2020 é bastante influenciado pelo Auxílio Emergencial e a consequente inclusão digital via aplicativo da Caixa, por meio do qual o benefício foi pago.

Figura 1 • Evolução Meios de Pagamento

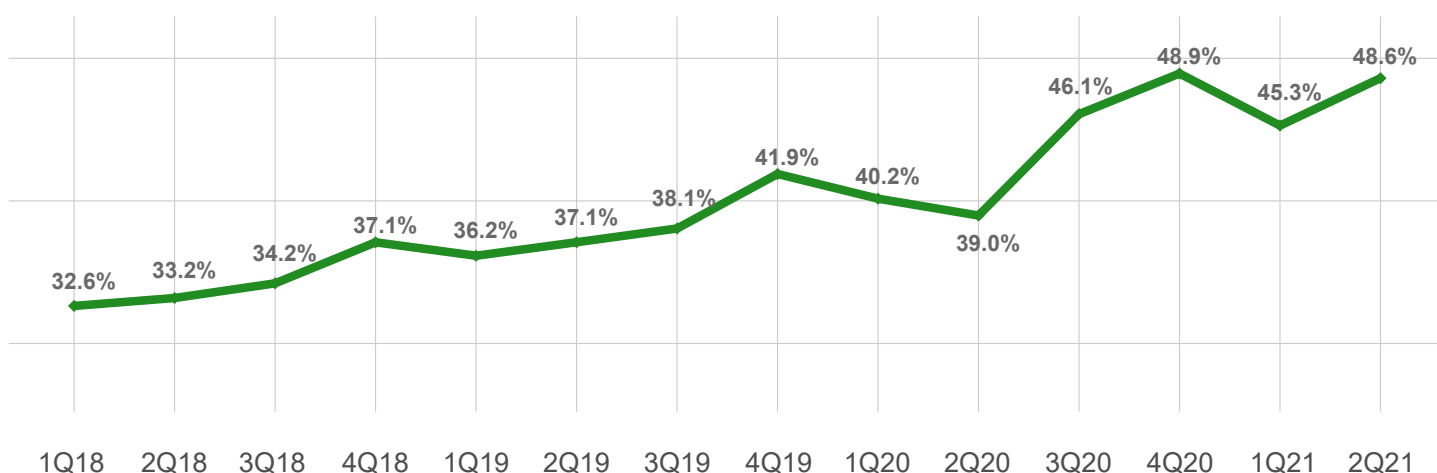


Linha vertical pontilhada representa início dos impactos da pandemia do COVID-19.
Fonte: Banco Central.

De qualquer forma, cada vez mais notamos uma crescente importância dos gastos com cartões no consumo das famílias brasileiras. A Figura 2 evidencia este fenômeno, mostrando que eles estão cada vez mais presentes como meio de pagamento das famílias – crescimento associado à substituição de outros meios (dinheiro/cheque). Isso é verdade mesmo no cenário sem o pagamento do Auxílio no pri-

meiro trimestre de 2021: tivemos um gasto de 45,3% com cartões, um aumento expressivo quando comparado com o mesmo trimestre de 2020 (40,2%), que também não teve a presença do Auxílio. Ainda assim, ele teve participação relevante e faz-se importante ressaltar seu impacto sobre os meios de pagamento no Brasil.

Figura 2 • Proporção dos Gastos em Cartões no Consumo da Família Brasileira



Fonte: ABECS e IBGE

O Auxílio Emergencial é um benefício financeiro pago pelo Governo Federal para garantir uma renda mínima aos brasileiros trabalhadores informais, autônomos e sem renda fixa em famílias de baixa renda durante o período de emergência de saúde pública decorrente do COVID-19. Já foram gastos até agora a quantia de R\$ 328,94 bilhões (2020: R\$ 293,11 bilhões; 2021: R\$ 35,83 bilhões) na forma de transferências de renda diretas para a população. Iniciadas em maio de 2020, as parcelas mensais poderiam ter valores entre R\$ 600 a R\$ 1.200 em 2020 e R\$ 150 a R\$ 375 em 2021. Mais de 67,9 milhões de pessoas foram beneficiadas e o pagamento

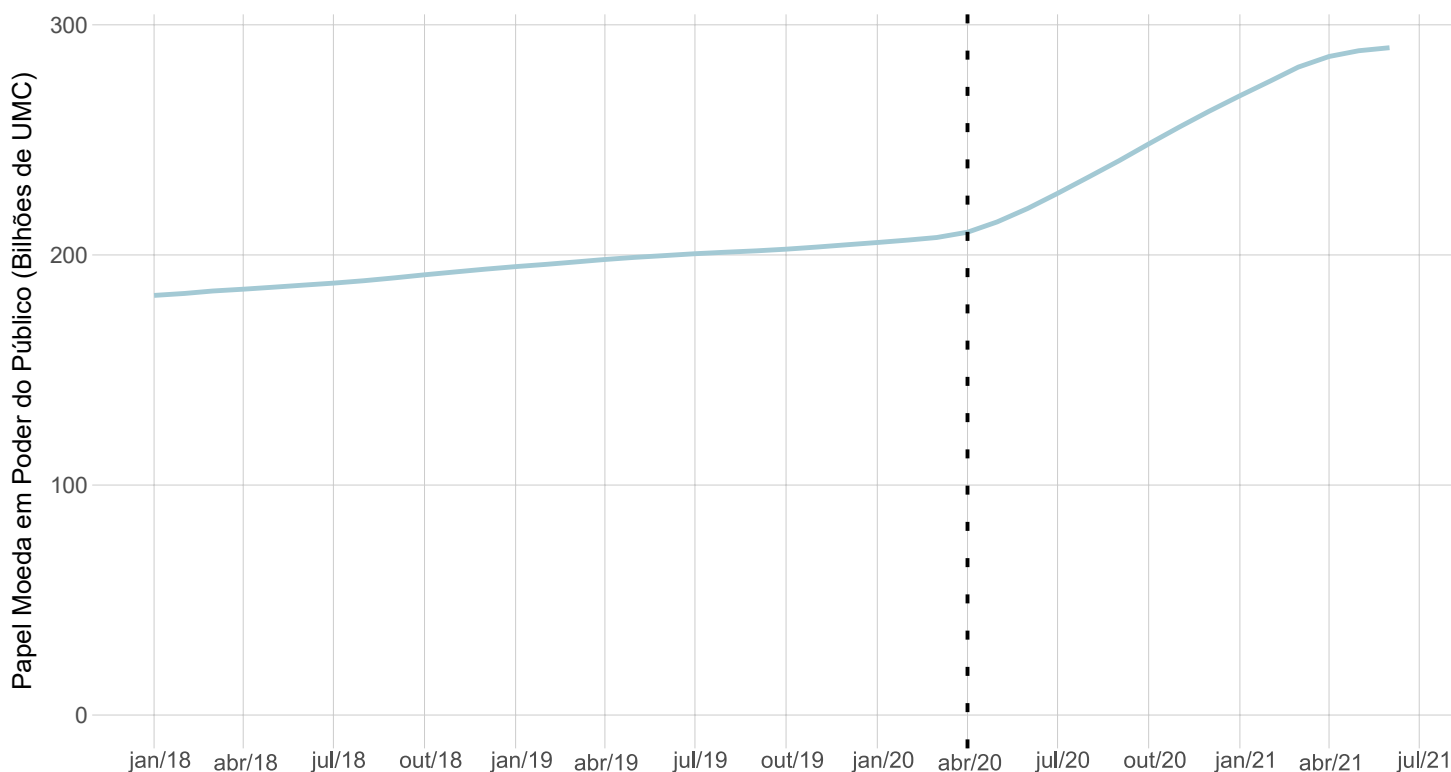
do benefício foi feito através de aplicativo da Caixa Econômica Federal, promovendo uma digitalização da economia brasileira e elevando substancialmente a quantidade de papel moeda em poder do público, como destacado pela Figura 3. Vale mencionar que a mera disponibilização de recursos por meios digitais não é suficiente para configurar um processo de desenvolvimento de cidadania financeira digital, uma vez que fatores como pacotes de dados e habilidades digitais podem inviabilizar o uso efetivo e induzir à retirada do dinheiro para uso físico². Ainda assim, o Auxílio impactou a liquidez da economia, aumentando os meios de pagamento à vista, como Cartões

² GDEC (2021). *Inclusão financeira e o perfil dos excluídos no Brasil*. Disponível em: <https://institutopropague.org/livros/ebook-inclusao-financiera-e-o-perfil-dos-excluidos-no-brasil/>. Acessado em: 23 de agosto de 2021.

de Débito e Pré-Pago, além de transações em espécie. Tal movimento refletiu, por exemplo, na aceleração do crescimento do cartão como meio de pagamento escolhido pelo brasileiro

(movimento a partir do 2Q20 na Figura 1), mas com desaceleração do crescimento do cartão de crédito (será destacado na Figura 5, à frente).

Figura 3 • Evolução Papel Moeda em Poder do Público



UMC = Unidade Monetária Contábil.
 Linha pontilhada vertical = Momento de início de entrega do auxílio emergencial.
 Média móvel anual da média nos dias úteis do mês.
 Fonte: Banco Central.

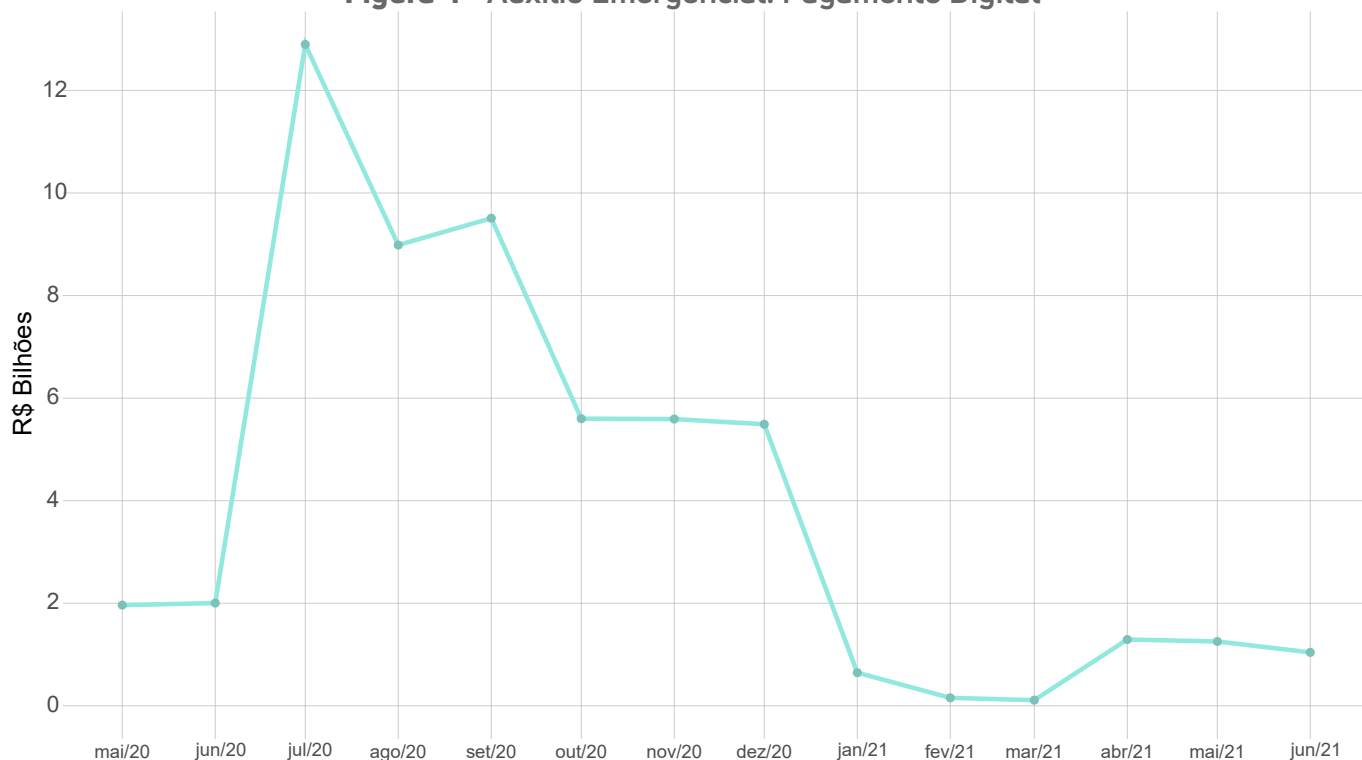
Os recursos do Auxílio Emergencial também promoveram um aumento dos pagamentos digitais, como mostra a Figura 4. Foram cerca de R\$ 57,05 bilhões gastos em transações virtuais ou pouco mais de 17% do total, o que representou um crescimento substancial dos instrumentos de pagamento digitais no Brasil.

Como destacado acima, o uso de cartões como um instrumento de pagamentos é cada vez mais presente na vida das pessoas no Brasil e já representa aproximadamente 48% de todo o gasto pelas famílias no país. Assim, faz sentido um olhar um pouco mais detalhado para este instrumento específico através de alguns dados importantes do mercado de

Adquirência (“Maquininhas de Cartão”), da digitalização do setor e de uma importante e cada vez mais usada fonte de crédito do empresário brasileiro: a antecipação de recebíveis.

A Figura 5 aponta a evolução do total de valor transacionado (TPV, na sigla em inglês) no mercado de cartões e mostra o crescimento YoY (mês de um ano contra o mesmo mês do ano anterior) dos arranjos crédito, débito e pré-pago. Vemos que o TPV em cartões atingiu total de R\$ 2 trilhões em 2020 com um revenue pool na Adquirência de R\$ 21,2 bilhões em 2020. Esse resultado já representava um crescimento relevante e, em 2021, o setor fe-

Figura 4 • Auxílio Emergencial: Pagamento Digital



Apenas parte do Auxílio Emergencial movimentada via meios de pagamento digitais.
Fonte: ABECS

chou o primeiro semestre já com um total de R\$ 1,17 trilhão transacionado (32,6% de crescimento em relação ao mesmo semestre de 2020).

As transações com cartões mostram, portanto, importante resiliência ao longo dos seis primeiros meses de 2021, apesar dos desafios trazidos pela segunda onda da COVID-19 e a ausência do Auxílio Emergencial nos três primeiros meses sendo que, como comentado acima, este tem importante impacto sobre os arranjos débito e pré-pago.

Com relação ao crédito, no entanto, os números mostram que a pandemia provocou acentuada, embora pontual, desaceleração na trajetória de TPV (trajetória da linha verde mais clara do gráfico da direita da Figura 5 a partir do ponto destacado de início das medidas de combate à pandemia), sendo um dos motivos para isso a maior liquidez da economia promovida pelo Auxílio, além da restrição

de consumo vinda da queda de mobilidade e recessão econômica.

Focando no mercado de aquisição, uma importante e já notória tendência chama atenção e está representada na Figura 6: a crescente disputa entre as empresas, com as mais tradicionais (Cielo e Rede) perdendo espaço para as novas ("Guerra das Maquininhas"). Apesar de isso ser uma tendência que já aparecia nos dados ao longo dos anos mais recentes, o primeiro trimestre de 2021 mostrou pela primeira vez o share da Cielo abaixo de 30% em um contexto com as adquirentes mais novas como Stone, Getnet e PagSeguro³ apresentando trajetória de crescimento bastante acima da média do mercado (linha preta do gráfico à direita).

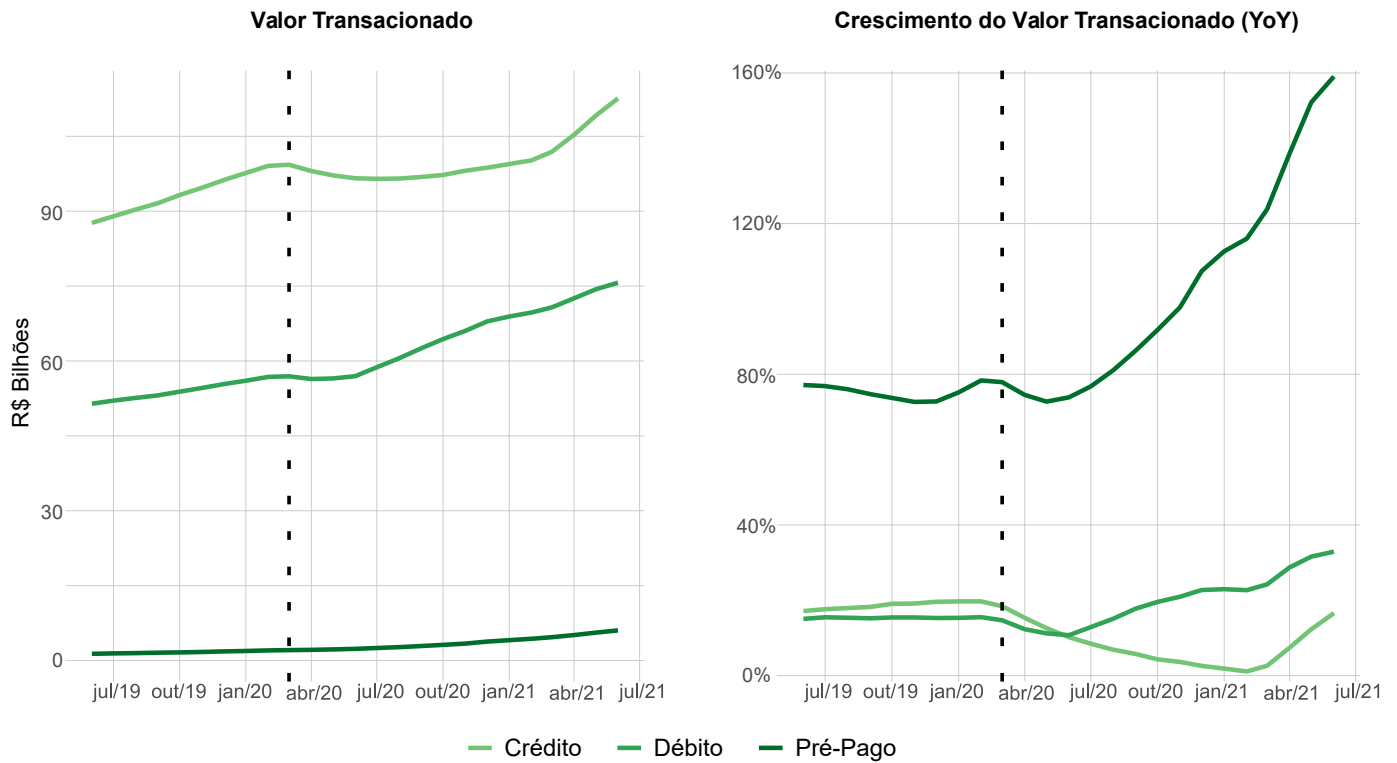
O resultado do 1 trimestre de 2021 mostra, portanto, a continuidade da tendência de maior competição no setor, o que tende a beneficiar tanto lojistas, através de taxas

³A curva descendente da Pagseguro decorre de um destaque de crescimento de TPV nos períodos imediatamente anteriores aos do gráfico: ela saiu de R\$ 6 Bi de TPV para R\$ 21,4 Bi no 1Q19. Isso gerou um crescimento de mais de 200%. No entanto, o ritmo foi diminuindo logo depois. No gráfico, isso aparece na forma de uma queda na curva, mas a empresa continua a crescer a taxas bastante superiores às do mercado: 36,67% em 2020 contra 12,48% do mercado.

mais baratas, como consumidores finais. Isso também favorece impulsionamento do cartão

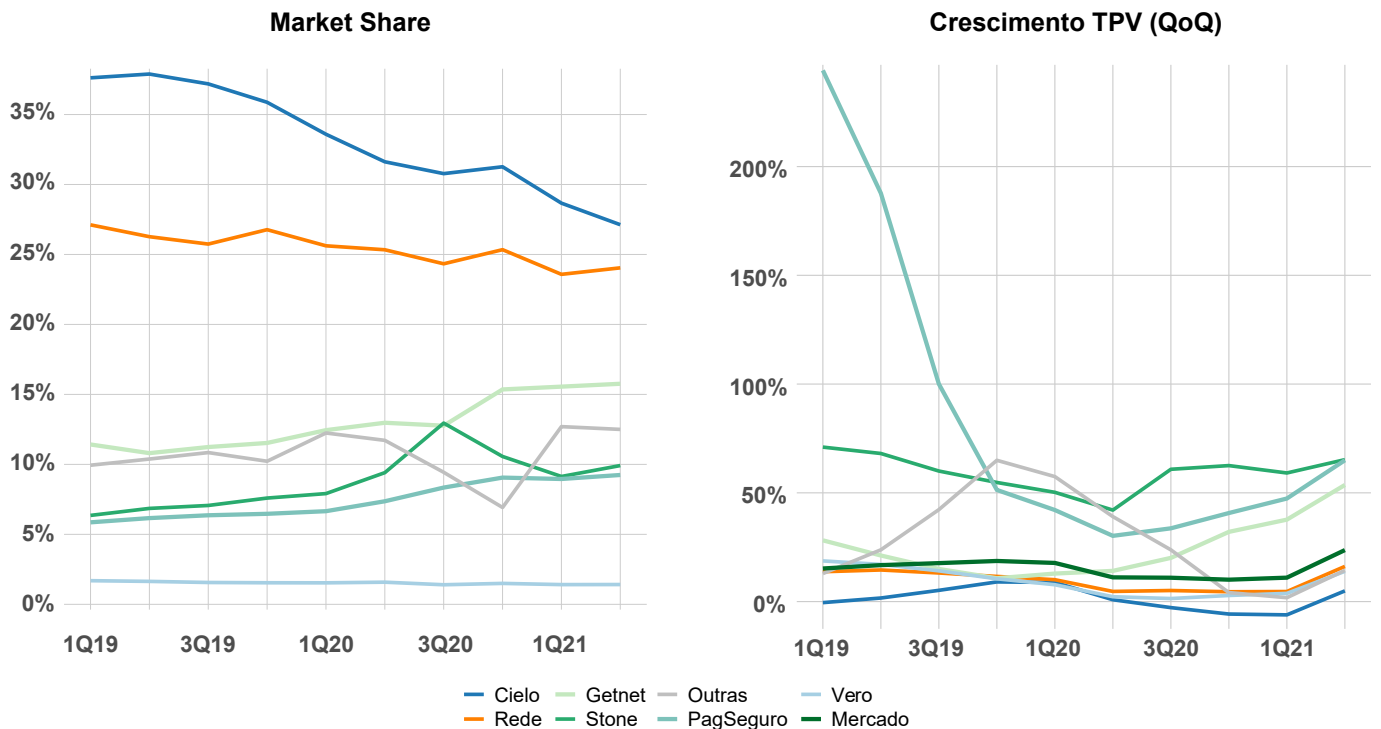
como meio de pagamento no consumo das famílias brasileiras.

Figura 5 • Mercado de Cartões: Total de Valor Transacionado (TPV)



*Média Móvel Anual.
Linha vertical pontilha representa mar/20, onde se iniciou as medidas de restrição para conter a pandemia do COVID-19.
Fonte: ABECS.*

Figura 6 • Adquirência: Market Share



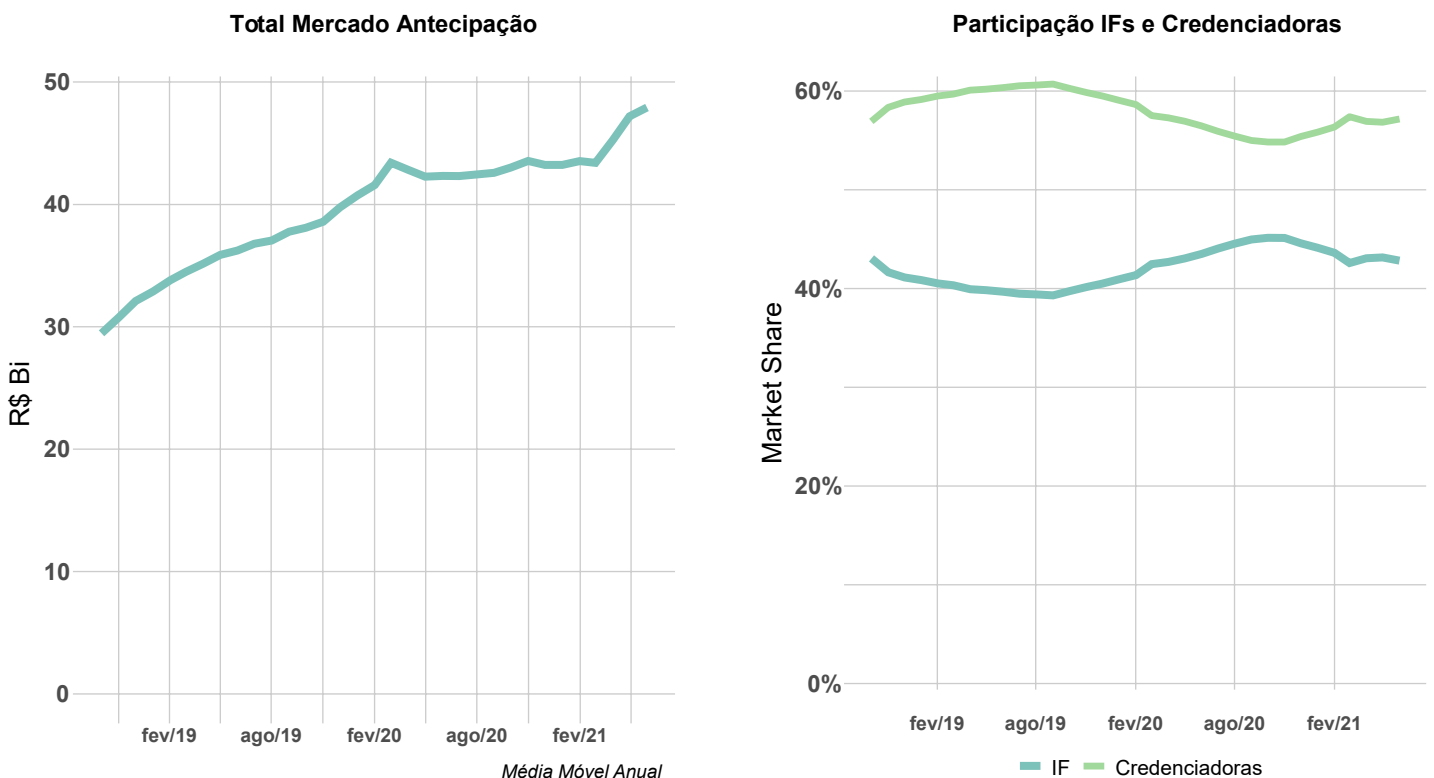
*Média Móvel Quatro Trimestres.
'Outras' foi calculado como a diferença entre o TPV total fornecido pela ABECS e o TPV somado dos Adquirentes destacados.
Linha Preta Representa Média do Mercado.
Fonte: ABECS e Resultados Trimestrais dos Participantes.*



Outro aspecto importante relacionado ao mercado de aquisição e ao amplo uso de cartões como instrumento de pagamento por parte dos brasileiros é a antecipação de recebíveis, representada na Figura 7. Nela, temos o volume total de antecipações no país, bem como a divisão deste mercado entre credenciadoras e instituições financeiras. Nota-se que o volume de antecipação é bastante expressivo (R\$ 287 bilhões pelas adquirentes em 2020, um total de 24% do TPV de crédito),

indicando que parte substancial do mercado acessa os recursos das vendas em prazo menor do que fluxo padrão (30 dias, no caso de transação na modalidade de crédito à vista). Além disso, no segundo e terceiro quartos de 2020, há o destaque da cada vez maior participação nesta modalidade de crédito por parte das instituições financeiras, evidenciando a crescente importância desta forma de financiamento para as empresas brasileiras.

Figura 7 • Antecipação de Recebíveis



IF considera a modalidade de crédito de antecipação com recebíveis de cartões.
Fonte: Banco Central e CIP

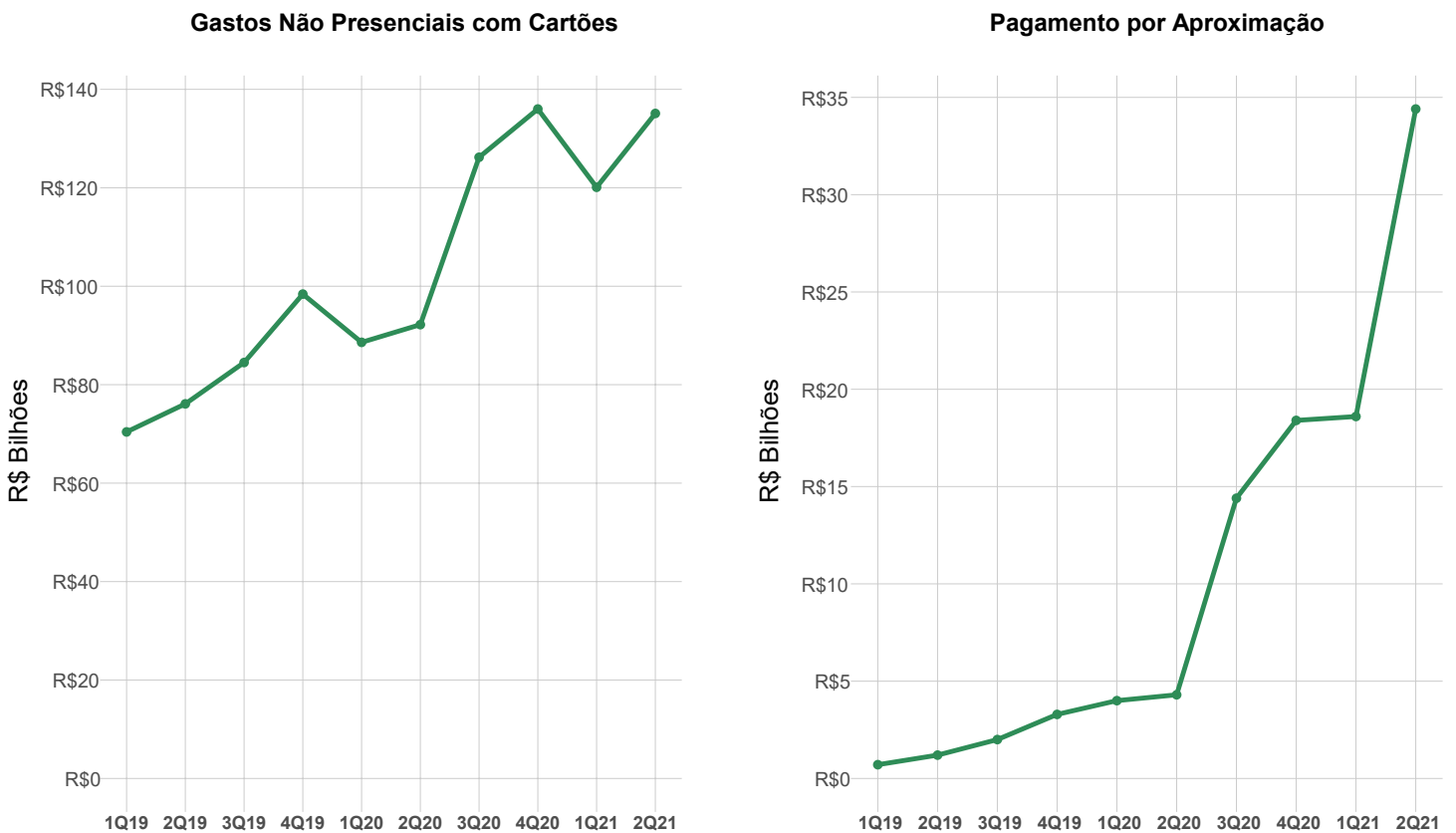
Um último fenômeno cuja relevância demanda acompanhamento e os resultados recentes chamam a atenção é a rápida inserção e adesão a novas tecnologias. A Figura 8 aponta a evolução de duas métricas do mercado de cartões importantes neste contexto: Gastos Não Presenciais com Cartões (compras online) e Pagamento por Aproximação, ou contactless. O encontrado é que os gastos não presenciais têm sido cada vez mais relevantes, assim como o pagamento por aproximação.

As compras remotas com cartões cresceram 46,5% no segundo trimestre de 2021 em relação ao mesmo trimestre de 2020, chegando a R\$ 135 bilhões. Já as compras por aproximação

cresceram expressivos 85% no segundo trimestre de 2021 em relação ao trimestre anterior, alcançando R\$ 34,4 bilhões.

Parte desse resultado pode ser atribuído ao início da pandemia, que trouxe a preocupação com higiene e desejo de evitar contatos que pudessem levar ao contágio pela COVID19. No caso do contactless, o crescimento também tem uma possível causa fora da conjuntura da pandemia: houve um aumento do limite de pagamento sem necessidade de senha (de R\$ 100 para R\$ 200) em dezembro de 2020 que pode ter impulsionado a solução, induzindo a uma adesão cada vez maior dos brasileiros a soluções tecnológicas como meio de pagamento.

Figura 8 • Digitalização da Economia



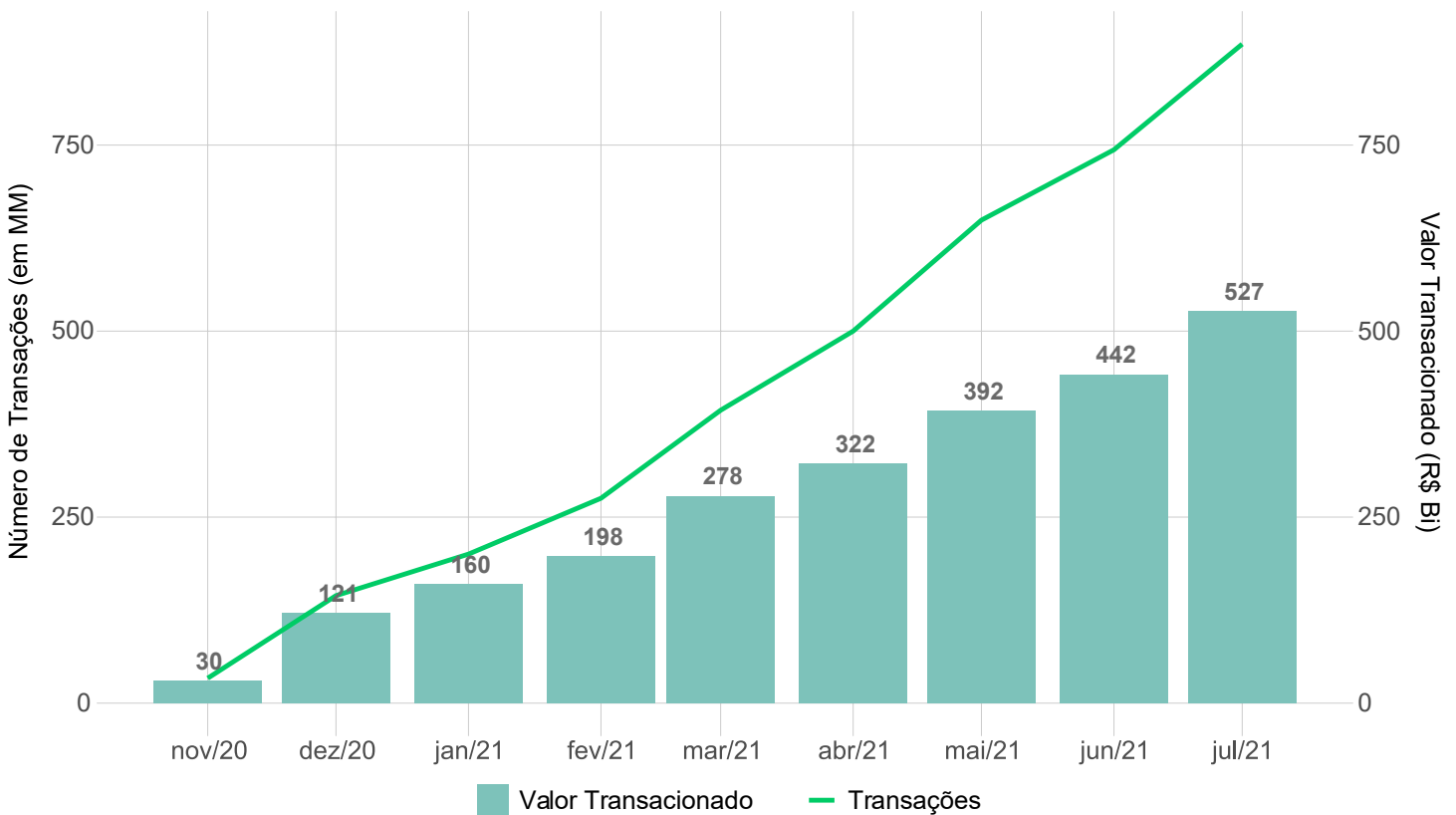
Fonte: ABECS

A maior mudança recente em termos de promoção de novas tecnologias de pagamento, no entanto, foi criada pelo Banco Central e colocada em uso desde novembro de 2020: o Pix. O novo método de pagamento tem se mostrado um enorme sucesso. Na figura 9, vemos o crescente volume transacionado e, na Figura 10, o explosivo e impressionante crescimento do Pix frente a outros instrumentos de transferência no país. Em julho de 2021, foram quase 886 milhões de transações, com um total de quase R\$527 bilhões no mês (Figura 9).

A adesão foi representativa ao ponto do Pix ter se tornado o principal meio de transferên-

cia em número de transações em menos de 1 ano (Figura 10). A rápida adoção pelo público fica clara no expressivo crescimento de 342% do número de transações ao longo de 2021. Somado a este rápido crescimento do Pix, temos uma expressiva redução no número de transferências de TED e Boletto, o que indica certo grau de substituição associados aos menores custos da nova modalidade (o Pix é gratuito para o caso de transferência entre pessoas) e a facilidade/rapidez de seu uso. Essa substituição é reforçada pelo ticket médio ainda alto do Pix, de R\$ 594,77, ainda que ele esteja em trajetória de queda.

Figura 9 • Evolução Número de Transações e Volume Financeiro Pix



Fonte: Banco Central

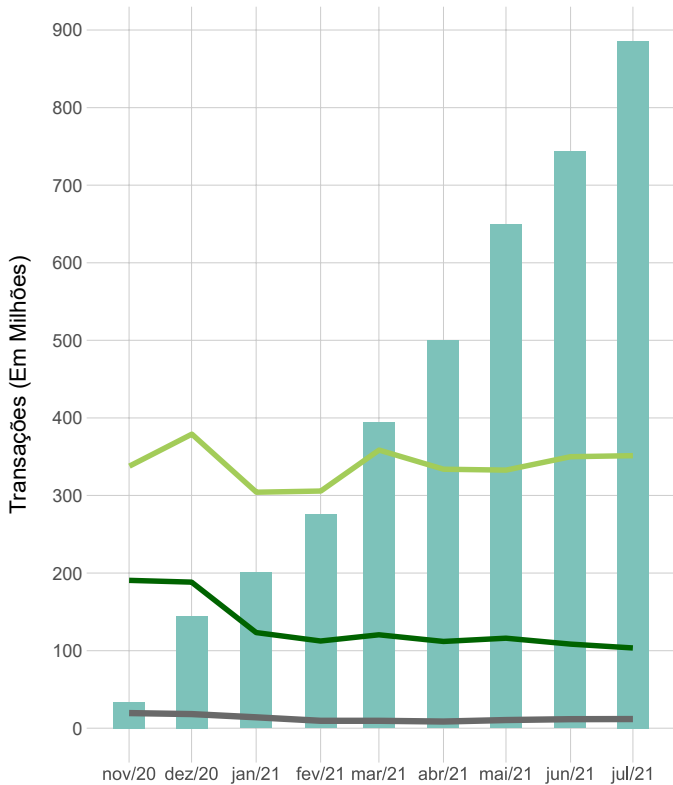
Por fim, o Pix também representa quase 6% dos pagamentos/transferências feitas de pessoas a empresas/lojas/restaurantes/prestadores de serviços. Apesar de ter demorado mais para ganhar tração que as transferências entre pessoas físicas, a modalidade já vê um rápido crescimento: foram mais de 247%, com o valor saindo de R\$ 10,7 bilhões

em janeiro de 2021 para pouco mais de R\$ 36 bilhões em junho. O resultado sugere que o Pix também está tendo uma adesão relevante como meio de pagamento e não apenas instrumento de transferência. É importante ressaltar, no entanto, que ainda é preciso entender melhor a relação do Pix com meios de pagamento como o cartão de débito, já que o

último apresenta um forte e importante crescimento em sua média móvel anual (+9,85%

apenas em 2021), como é mostrado pelo gráfico da direita na Figura 11.

Figura 10 • Volume de Transações - Pix, TED, Boletos e DOC



Fonte: Banco Central e CIP

Boletos DOC TED Pix

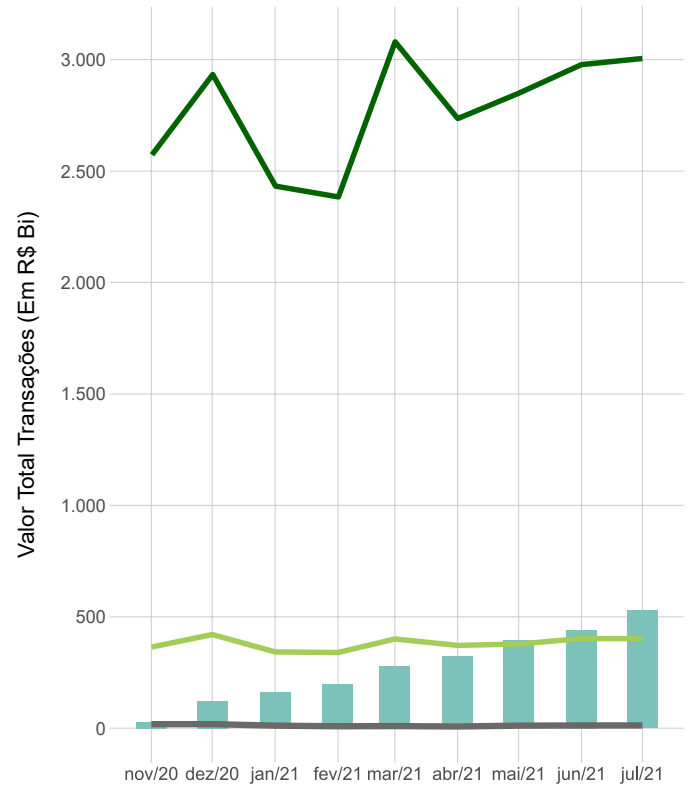
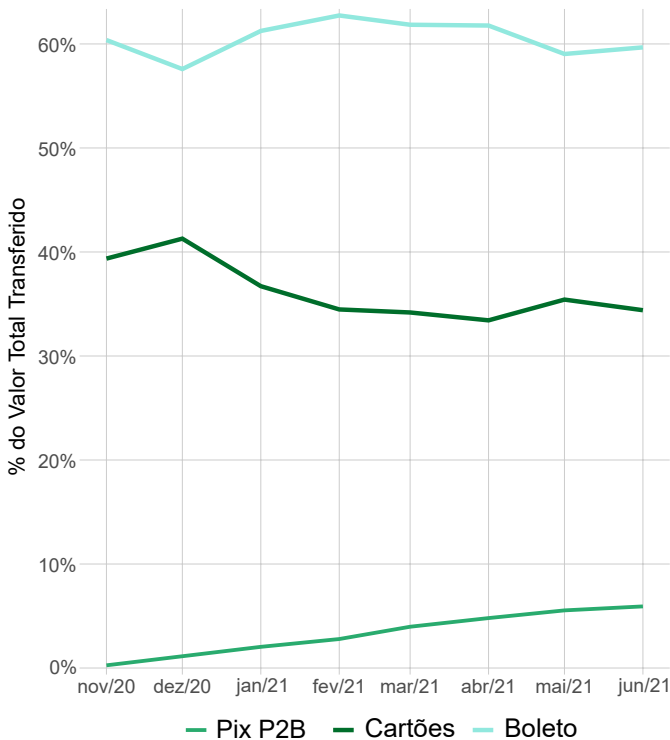
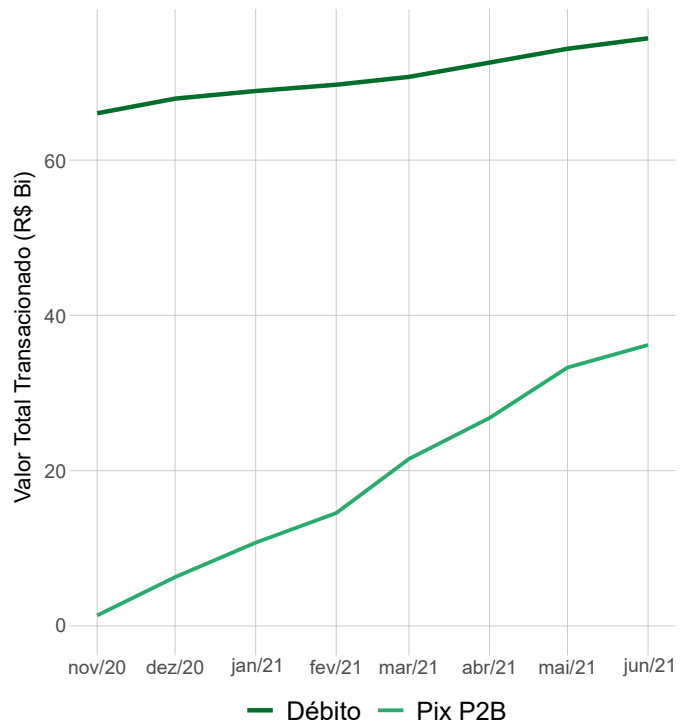


Figura 11 • Transações P2B

Pix P2B vs TPV Total de Cartões vs Boletos



Pix P2B vs TPV Total Débito



TPV Total de Débito: Média Móvel Anual
Fonte: Banco Central, ABECS e CIP

2. Contas

Além da evolução do uso dos meios de pagamento, um importante fenômeno que merece atenção para que seja possível desenhar um overview Mercado de Pagamentos no Brasil é o cada vez maior número de Instituições de Pagamentos (IPs) no país. Segundo o Banco Central, Instituições de Pagamentos são “a pessoa jurídica que viabiliza serviços de compra e venda e de movimentação de recursos, no âmbito de um arranjo de pagamento, sem a possibilidade de conceder empréstimos e financiamentos a seus clientes. Assim, as instituições de pagamento possibilitam ao cidadão realizar pagamentos independentemente de relacionamentos com bancos e outras instituições financeiras.”⁴ Tais instituições estão cada vez mais presentes no cotidiano do brasileiro, principalmente através da figura das Empresas Financeiras de Tecnologia, as chamadas “Fintechs”.

Um dos principais serviços oferecidos pelas fintechs é o serviços de Contas de Pagamento, definida pelo Banco Central como: “A conta de pagamento é uma conta que pode ser utilizada pelo cliente para a realização de saques, pagamentos de contas e pagamentos de transações realizadas por cartões de débito ou crédito, ou para a realização de transferências entre contas mantidas na mesma instituição e em outras instituições de pagamento ou instituições financeiras (TED e DOC)”⁵.

O fato de todos os seus serviços terem que estar disponíveis também no formato digital, a oferta poder ser feita por instituições de pagamento (IPs) além das instituições financeiras, haver modalidades tanto pré como pós-pagas (em que há necessidade de aporte prévio de recursos ou não) e outras facilidades como redução das tarifas⁶ fizeram com que esta nova forma de movimentar dinheiro e realizar pagamentos fosse bastante aceita pelo brasileiro.

A Figura 12 mostra a evolução do Market Share e da receita com conta corrente das cinco maiores instituições financeiras presentes no país. Percebe-se uma certa estabilização das receitas provindas por este meio, o que pode ser um indicativo de certo esgotamento desta fonte, devido a uma crescente oferta de contas sem a necessidade de pagamento de taxas anuais por parte do consumidor. Tal fenômeno pode ser explicado pela cada vez maior relevância das fintechs no segmento. A Figura 13 evidencia ainda mais este importante fenômeno que vem acontecendo neste mercado: o expressivo e rápido aumento de volume financeira alocado em Contas de Pagamentos devido a cada vez maior inserção e uso deste novo tipo de conta financeira pelo brasileiro.

⁴Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/instituicaoopagamento>. Acesso: 19/08/2021.

⁵Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/353/noticia>. Acesso: 24/08/2021.

⁶Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/353/noticia>. Acesso: 24/08/2021.

Figura 12 • Contas: Market Share e Receita

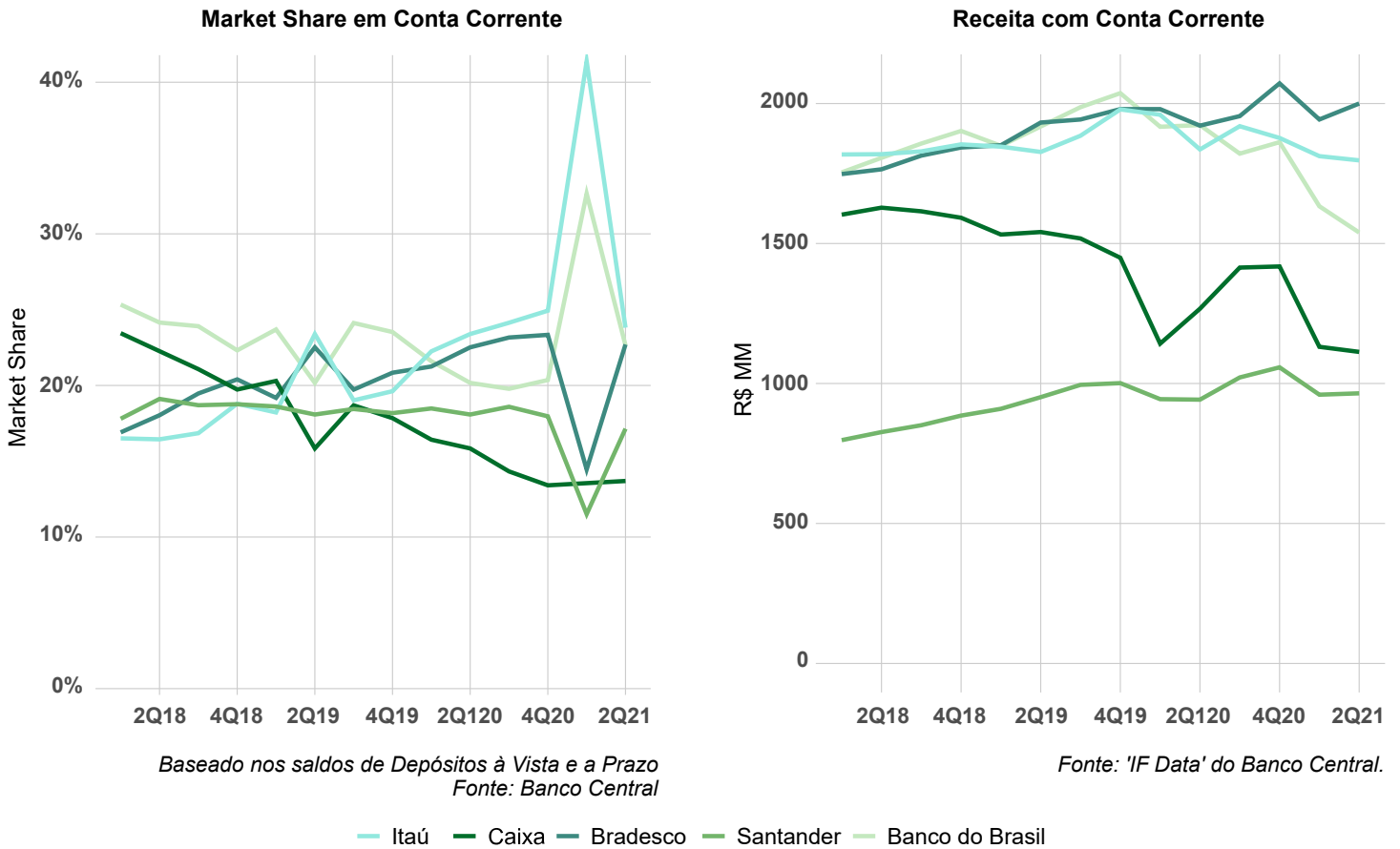
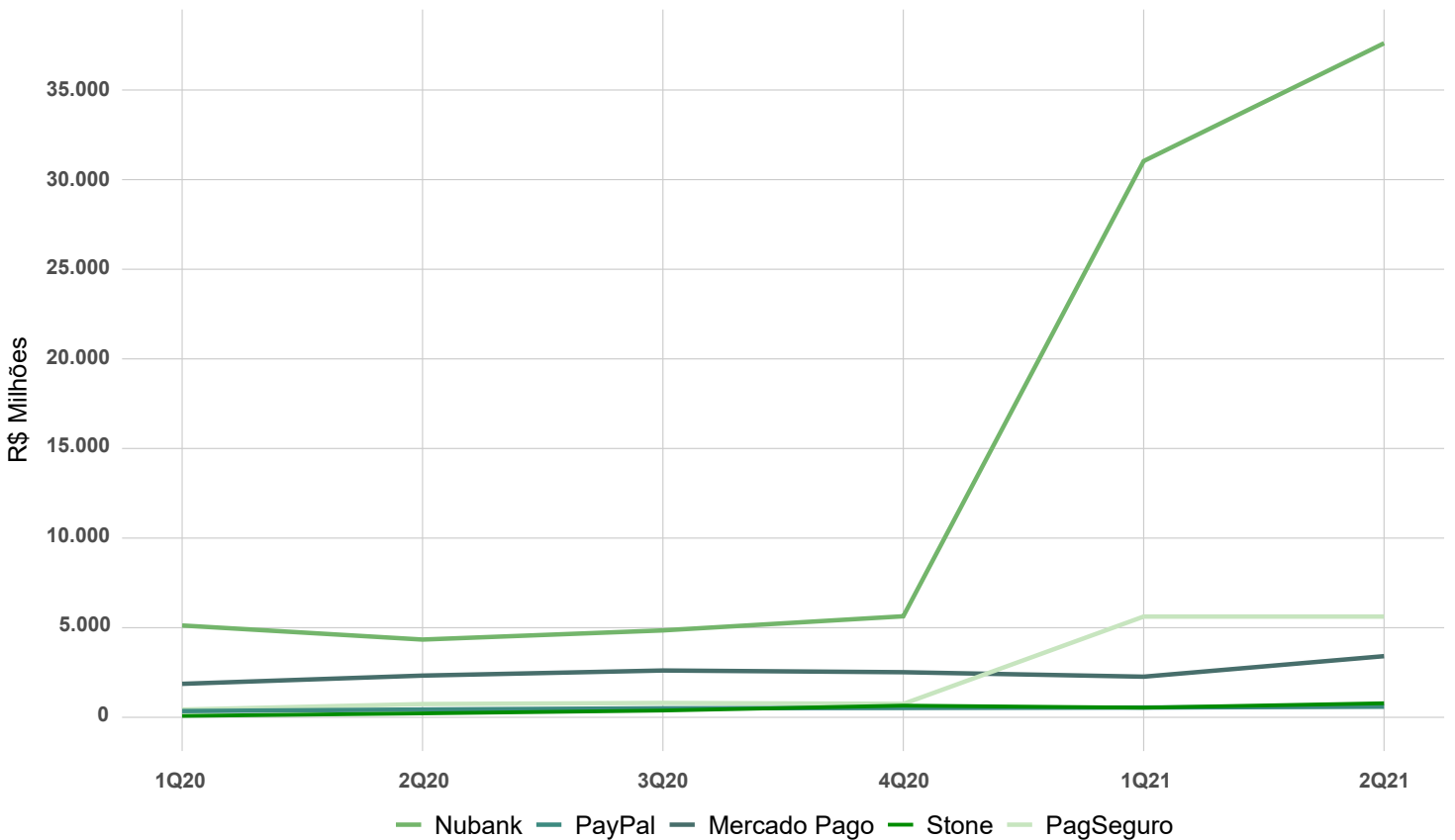


Figura 13 • Contas de Pagamento: Market Share



Fonte: 'IF Data' do Banco Central.



O mercado de pagamentos no Brasil, portanto, vem sendo caracterizado por uma substituição de meios físicos por meios eletrônicos e digitais através da adesão a novas tecnologias, com destaque para o uso de cartões contactless, pagamentos com cartão em meios online, adesão ao Pix e o cada vez maior uso de Contas de Pagamento promovido pelo rápido crescimento das chamadas fintechs. Além disso, a pandemia do COVID-19 teve importantes impactos nesse setor como

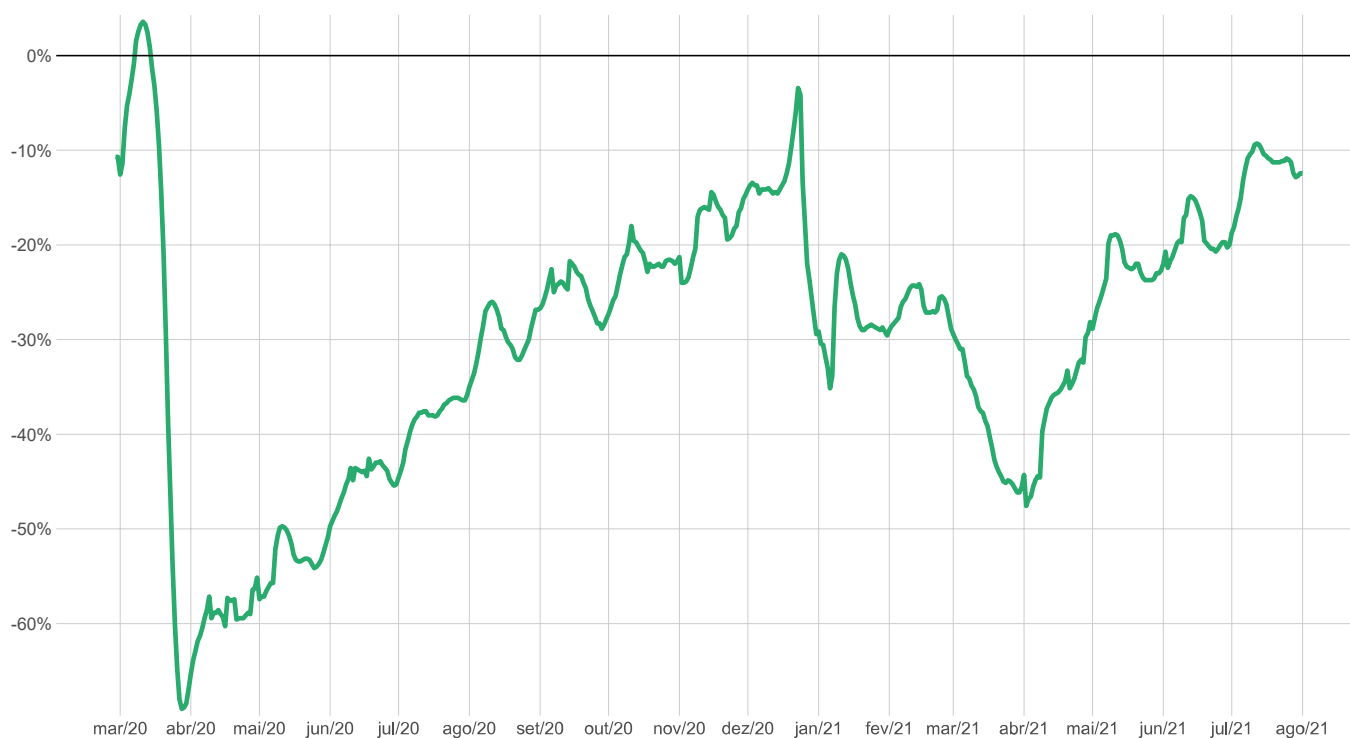
um todo, influenciando a forma com que os consumidores do país vêm adquirindo bens e serviços e impactando/mudando importantes tendências. Esse mercado, no entanto, está intimamente ligado a outro bastante relevante para economia brasileira: o de varejo e serviços. São eles os clientes das adquirentes cujo mercado já tratamos aqui. Assim sendo, trazemos também resultados importantes deste setor na seção seguinte.

3. Vendas em Varejo e em Serviços: Impactos da COVID-19

Como mencionado algumas vezes ao longo do documento, a pandemia afetou diretamente o dia-a-dia do brasileiro e diversos setores da economia, mas os setores relacionados a serviços e ao comércio varejista foram dos mais impactados por dependerem, em grande parte, da circulação de pessoas e relações presenciais entre prestadores de serviços/comerciantes e seus clientes. A Figura 14 evidencia tendências de mobilidade⁷ de lugares

como restaurantes, cafés, shopping centers, parques temáticos, museus, bibliotecas e cinemas, e a queda de movimentação nesses lugares diretamente relacionados com ambos os setores foi bastante significativa. Apesar de certa retomada no índice, este ainda se encontra em níveis inferiores aos de antes da pandemia e ainda vem passando por períodos bastante voláteis com a continuidade da pandemia.

Figura 14: Tendência de Mobilidade em Varejo e Lazer



Média móvel semanal da mudança percentual de mobilidade em relação ao valor base. Tendências de mobilidade de lugares como restaurantes, cafés, shopping centers, parques temáticos, museus, bibliotecas e cinemas. O valor base é a mediana do dia da semana correspondente, durante o período de cinco semanas entre 3 de janeiro e 6 de fevereiro de 2020. Fonte: Google.

Neste sentido, através de dados do IBGE, olhamos para a evolução do volume⁸ de vendas no comércio varejista e no setor de serviços para entender melhor o impacto que estes sofreram em decorrência das medidas de restrições impostas pela pandemia de COVID-19

e, posteriormente, com a lenta retomada da atividade econômica e da mobilidade das pessoas. Na Figura 15, notamos uma forte queda no volume de atividades do varejo a partir de março de 2020, principalmente em setores menos essenciais como Vestuário e Papelaria.

⁷O quanto está havendo circulação de pessoas por esses espaços.

⁸Já considera, portanto, a inflação.

Por outro lado, o setor de Supermercado obteve um aumento em seu volume de vendas, mesmo com a adoção de medidas restritivas.

Importante salientar que a Figura 15 tem, como referência, o volume de vendas com comércio varejista no mês de fevereiro de 2020 (fev/20 = 100). Portanto, podemos ler este gráfico como uma mudança percentual em relação ao nível de venda deste mês, que é o mês exatamente antes do início das medidas de restrições tomadas no combate à pandemia. Sendo assim, notamos que o setor de “Hipermercados e Supermercados” teve valor de 106 em jul/20, ou seja, um acréscimo de 6% no volume de vendas do Varejo no trimestre abr-jul/20 em comparação com o nível de vendas apresentados em fev/20.

Tal fenômeno de aumento de vendas mesmo em um período bastante conturbado e de recessão econômica é curioso e reflete a mudança repentina de comportamento das pessoas devido às restrições de mobilidade trazidas pela COVID-19, possivelmente porque (1) elas fizeram estoque com medo de escassez de produtos e (2) elas passaram a se alimentar mais em casa devido ao maior tempo passado nela.

Já o setor de “Tecidos, vestuário e calçados” teve, no mesmo trimestre de abr-jul/20, um

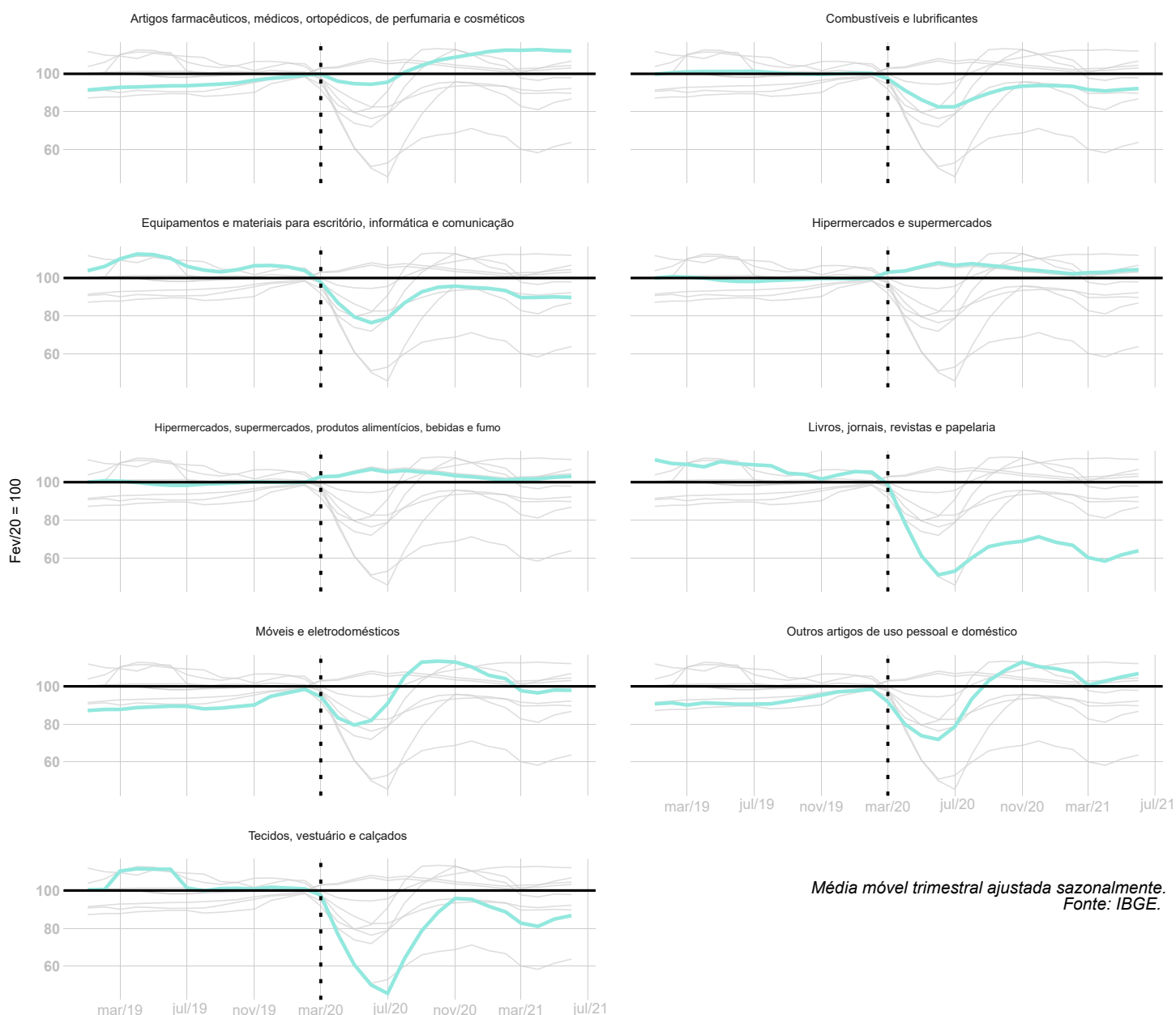
valor de 41,52, ou seja, uma queda de quase 60% no volume de vendas em comparação ao período pré-pandemia. Foi, portanto, um dos setores mais duramente afetados junto de “Combustíveis e lubrificantes”, também pode ter sua forte queda explicada pela queda de mobilidade. Com as pessoas saindo menos para ir ao trabalho (seja de carro, ou transporte público), houve redução da frota de veículos em circulação e, conseqüentemente, queda na demanda do setor.

A Figura 15 também aponta um aumento nas atividades varejistas com as reaberturas e retomada gradual da circulação em 2021, mas em boa parte dos setores do comércio varejista destacados elas ainda estão aquém do nível de volume de venda pré-pandêmico, principalmente os setores de Combustíveis, Papelaria e Vestuário.

Outros casos interessantes são os de “Móveis e eletrodomésticos” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico”, que tiveram um crescimento expressivo a partir de junho de 2020, o que pode indicar (1) o impacto do auxílio emergencial (que começou a ser pago no final de maio/20) no aumento do consumo das famílias e (2) a demanda dos consumidores por adaptações em suas residências em função do maior tempo passado nelas.



Figura 15 • Volume de Vendas no Comércio Varejista, por setores



Média móvel trimestral ajustada sazonalmente.
Fonte: IBGE.

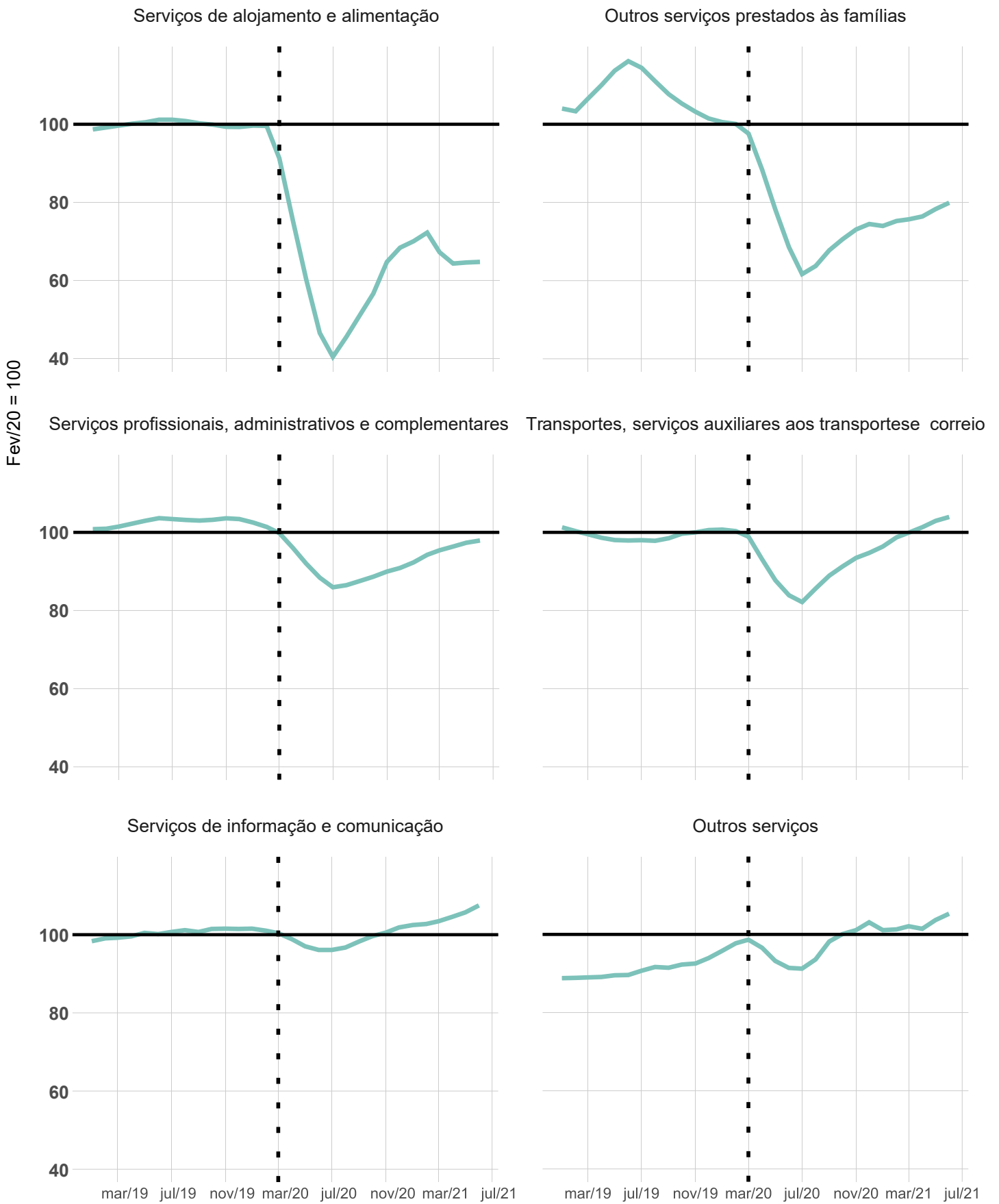
A Figura 16 traz uma análise equivalente à anterior, mas considerando o volume de vendas em serviços. O destaque fica para a queda muito expressiva em “Serviços prestados às famílias”, aqui dividido entre “Serviços de alojamento e alimentação” (Hotéis, pousadas, bares e restaurantes) e “Outros serviços prestados às famílias” (escolas, atividades esportivas, atividades em patrimônio cultural, atividades artísticas, cabeleireiros, lavanderias).

Notamos que, em abril de 2020, o mês de maior adesão às medidas de restrições e de forte queda na mobilidade em lugares diretamente relacionados com esses serviços, o volume de vendas em “Serviços de alojamento e alimentação” chegou a 35,9, ou uma queda

de quase 65% em relação a fev/20. É uma redução vertiginosa, ainda mais em um período de apenas 3 meses. Apesar de não tão grande, a redução em “Outros serviços prestados às famílias” ainda foi substancial: o setor chegou ao valor de 60,32 no mesmo mês, uma queda de quase 40%.

Apesar do aumento expressivo que o setor de “Serviços de alojamento e alimentação” vem tendo em seu volume de vendas após esse vale, notamos que ainda está muito longe de uma recuperação completa, tendo tido ainda um valor de apenas 76 em fev/21 ou 34% menor que fevereiro de 2020, mostrando que ainda há um longo caminho na retomada do nível de atividade econômica para este setor.

Figura 16 • Volume de Vendas em serviços, por setores



*Média móvel trimestral ajustada sazonalmente.
Fonte: IBGE.*

4. Considerações finais

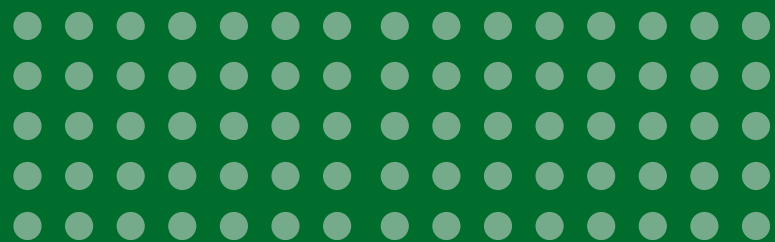
O mercado de pagamentos eletrônicos seguiu seu movimento de crescimento no volume e quantidade de transações, a despeito dos efeitos negativos iniciais da pandemia e impulsionado pelas políticas de resposta a ela, como o Auxílio Emergencial. Esse crescimento, todavia, veio acompanhado de uma redistribuição de forças, com novas empresas de aquisição conquistando espaço no mercado frente aos agentes tradicionais do setor.

As mudanças também ocorreram na modalidade de pagamento utilizada pelos brasileiros. Os efeitos da pandemia aceleraram o processo de digitalização das compras de bens e serviços, ao passo que também incentivaram a adesão da funcionalidade contactless nas transações presenciais. O Pix, a grande novi-

dade no setor, por sua vez, vem apresentando um crescimento consistente no volume e quantidade de transações, especialmente sobre outras funcionalidades de transferências, como TED, DOC e boleto.

Por fim, uma análise do desempenho do varejo no período revela o impacto brutal nas vendas de bens e serviços em função das restrições impostas para combater a pandemia de COVID-19. Alguns segmentos, especialmente no setor de serviços, ainda caminham para retomar ao patamar anterior da pandemia, enquanto a venda de bens no varejo já mostra sinais de reação em função da retomada gradual de algumas atividades.





Contribuíram para este documento:

Bernardo Piquet

Gabriel Richter

Bruna Cataldo

Guilherme Vergara

Gabriel Madeira

Rômulo Carvalho

Mais informações: contato@institutopropague.org



Instituto

Propague

stone