

# Mercado de pagamentos em dados

3ºTri 2021

Na volta ao mundo físico, digitalização de pagamentos continua avançando



instituto

Propague

stone



## Sumário executivo

O ano de 2021 está acabando e, com ele, saíram dados do terceiro trimestre de variáveis importantes para compreensão do mercado de pagamentos. Seguindo o objetivo de oferecer um overview periódico do mercado e análises que facilitem seu acompanhamento, o Instituto Propague lança uma nova edição do relatório Mercado de Pagamentos em Dados em parceria com o time de Economic Research da Stone.

O destaque do trimestre ficou para a digitalização, principalmente o Pix. Tendo comemorado 1 ano de operação em novembro, está promovendo uma revolução via adesão massificada e aumento do volume transacionado com queda do ticket médio. Alcançou, ao final do terceiro trimestre, cerca de 330,8 milhões de chaves ativas, total de quase 2,9 bilhões de transações e cerca de R\$ 1.565 bilhões em volume transacionado, resultando em um ticket médio no trimestre próximo de R\$ 540, menor que os R\$ 594,77 identificados na edição anterior. O volume transacionado, comparado ao do segundo trimestre, cresceu mais de 40%.

Os pagamentos via cartão também reforçam o movimento do brasileiro para formas eletrônicas e digitais de pagamento em processo que outros países já estão vivendo há mais tempo (no Brasil, o dinheiro ainda é o meio mais utilizado). Apesar da tendência vir sendo construída há uma década, não hou-

ve estagnação e a adesão segue crescendo. No segundo tri, a participação no consumo das famílias foi 48,7%. No terceiro, subiu para 51,5%. No início de 2018, o mesmo valor era de 32,6%. O movimento também aparece no volume transacionado, que foi de R\$ 612,7 bilhões para R\$ 689,7 bilhões entre o segundo e o terceiro trimestre: um crescimento de 12,6%.

O fenômeno é relevante a ponto de avançar a despeito das dificuldades na atividade econômica. Na edição anterior, mostramos como a restrição de mobilidade necessária para controlar a pandemia impactou negativamente múltiplos setores. No terceiro tri, no entanto, a mobilidade voltou a níveis pré-pandemia, mas a atividade não. A economia brasileira vive a ressaca do período mais complicado da COVID-19 em conjunto com obstáculos na política econômica, com aumento da inflação e, em decorrência, da taxa de juros.

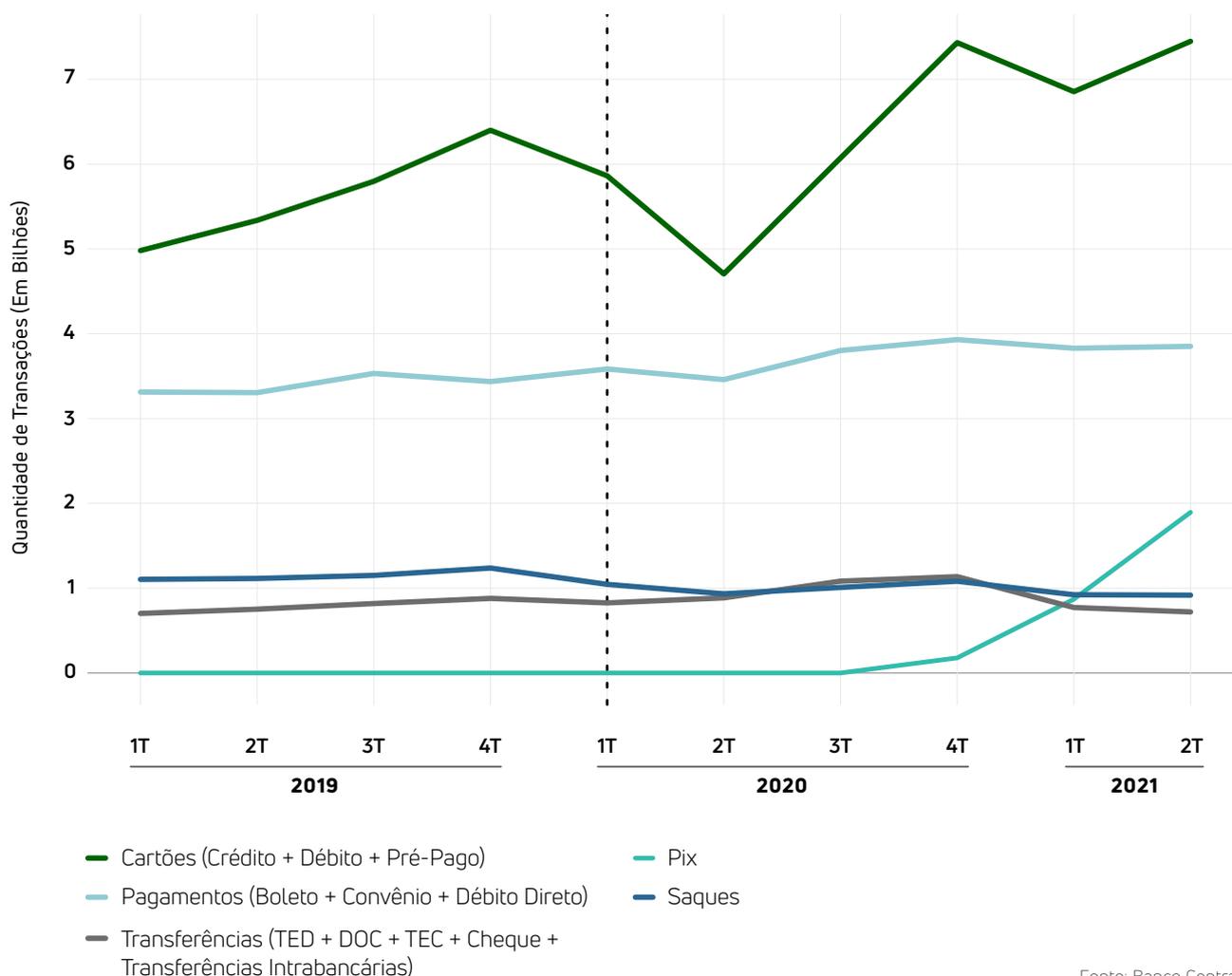
Tais fatores dificultam o retorno ao ritmo pré-2020. As expectativas mais gerais de recuperação ficam por conta da sazonalidade das festas de fim de ano, cujos resultados só poderão ser avaliados em uma edição seguinte. Esses obstáculos, no entanto, não foram suficientes para frear o já destacado processo de digitalização dos pagamentos: quando precisam fazer pagamentos, as pessoas estão cada vez mais usando cartões e Pix.

# 1. Mercado de Pagamentos

O mercado de pagamentos no Brasil está em constante evolução. O amplo, porém lento, processo de digitalização da economia brasileira ganhou um importante aliado com a criação e implementação do Pix em novembro de 2020. A **Figura 1** destaca que em pouco mais de 6 meses de implementação, ao final do segundo trimestre de 2021, o Pix se tornou, em termos de quantidade de transações, o terceiro meio de pagamentos mais utilizado no país (desconsiderando paga-

mentos feitos com papel moeda), superando rapidamente meios mais tradicionais, como TED, DOC e Cheque, além de já ter tido mais operações que a quantidade de saques no período. Além disso, a **Figura 1** também mostra que as transações feitas com cartões seguem soberanas no país, atingindo a impressionante marca de cerca de 7 bilhões de transações ao final do segundo trimestre de 2021, evidenciando ainda mais o rápido processo de digitalização mencionado.

**Figura 1: Evolução Meios de Pagamentos**

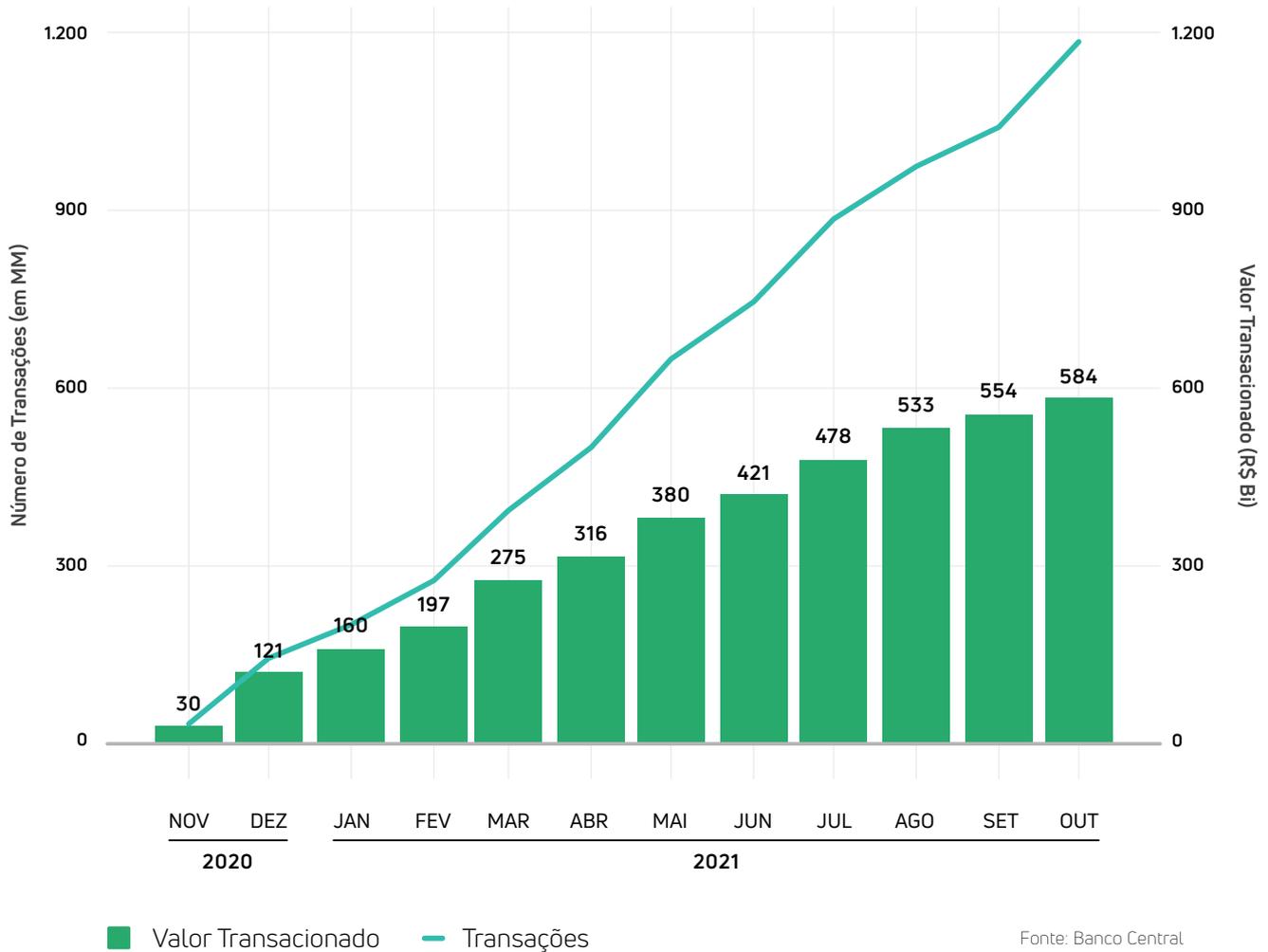


Fonte: Banco Central.  
Linha vertical pontilhada representa início dos impactos da pandemia do COVID-19.

A **Figura 2**, por sua vez, aprofunda um pouco mais a rápida adesão do Pix pelo brasileiro. Vemos que, 1 ano após a implementação, a adesão segue crescendo, tendo subido cerca de 5,4% apenas entre setembro e outubro de 2021, atingindo um

valor de cerca de R\$ 584 bilhões transacionados, para um total de quase 1,2 bilhões de transações nesse período. Totalizando no mês de outubro de 2021, assim, um ticket médio de aproximadamente R\$ 487.

Figura 2: Evolução Número de Transações e Volume Financeiro Pix



O Pix também vem ganhando importante relevância para além de transações com finalidade de transferência de recursos crescendo enquanto meio de pagamento usado pelo consumidor em estabelecimentos. A **Figura 3** destaca esse papel cada vez maior do instrumento, mostrando a evolução de transações P2B<sup>1</sup>. Observamos que o Pix atingiu cerca de R\$ 138,8 bilhões em pagamentos feitos de pessoas físicas a estabelecimentos comerciais no terceiro trimestre de 2021, um crescimento de mais de 44% quando comparado com o segundo trimestre do mesmo ano. Além disso, saltou de cerca de 6% de todo volume transacionado entre Boletos, Cartões e Pix P2B no mês de junho de 2021 para cerca de 7,35% no mês de setembro. A **Figura 3** também nos traz importantes informações sobre um outro meio de pagamento cada vez

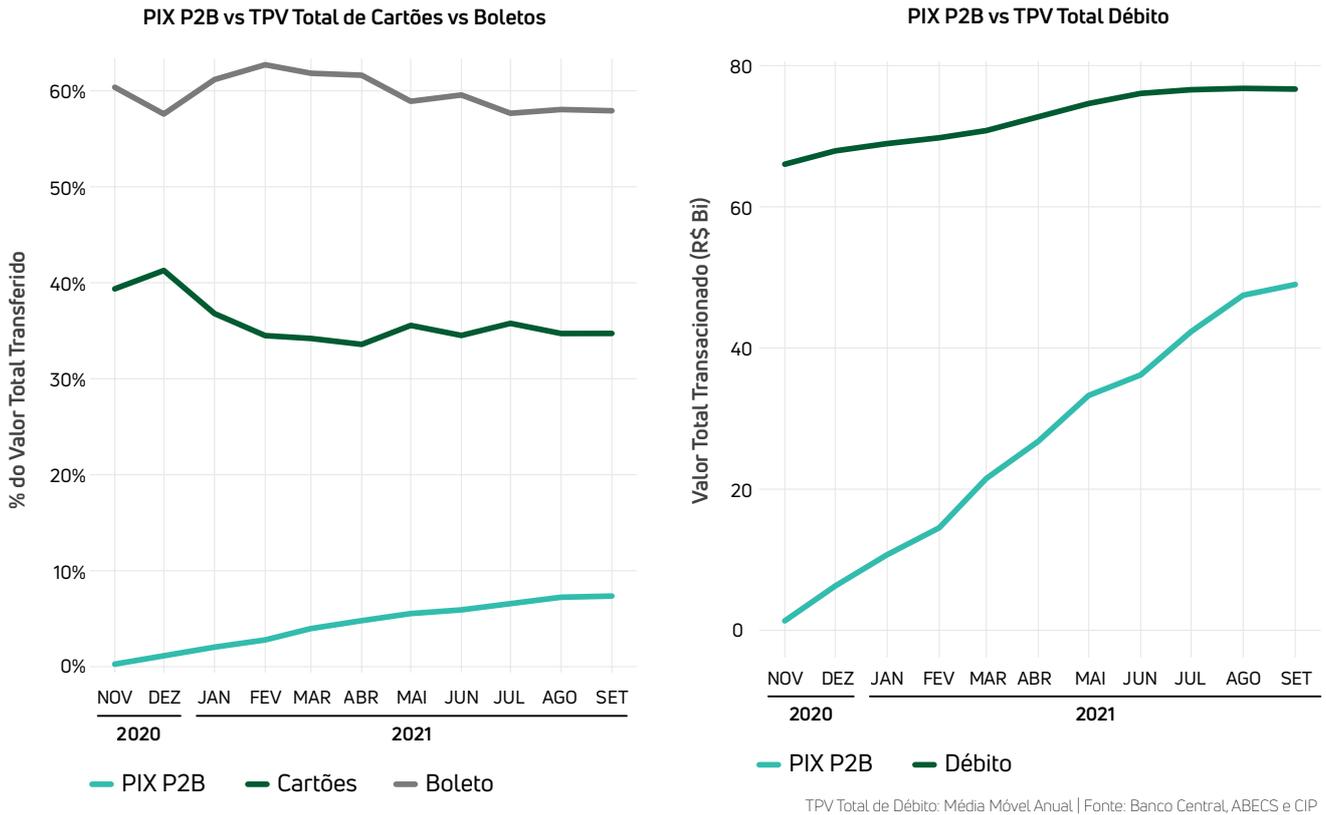
mais presente na vida dos brasileiros: os cartões.

Vemos que apesar das altas taxas de crescimento do PIX, o total do valor transacionado por cartões de débito (TPV Total Débito)<sup>2</sup> se manteve em altos patamares: um total de pouco mais de R\$ 237,7 bilhões transacionados no terceiro trimestre de 2021, tendo uma média móvel de 12 meses por volta de R\$ 76,6 bilhões entre os meses de julho, agosto e setembro de 2021. Desta forma, observamos que, mesmo com o advento do PIX, o brasileiro está cada vez mais adaptado ao uso de cartões, tanto no arranjo débito, quanto nos arranjos crédito e pré-pago. Assim, as próximas figuras desta seção buscarão justamente entender melhor as características deste meio de pagamento tão importante no dia-a-dia do país.

1 Transações entre pessoas físicas e estabelecimentos comerciais.

2 Em tese, por representar uma dedução imediata do saldo da conta do usuário, o cartão de débito é mais semelhante ao Pix do que o arranjo de crédito e, portanto, deveria ser o mais afetado pela sua implementação.

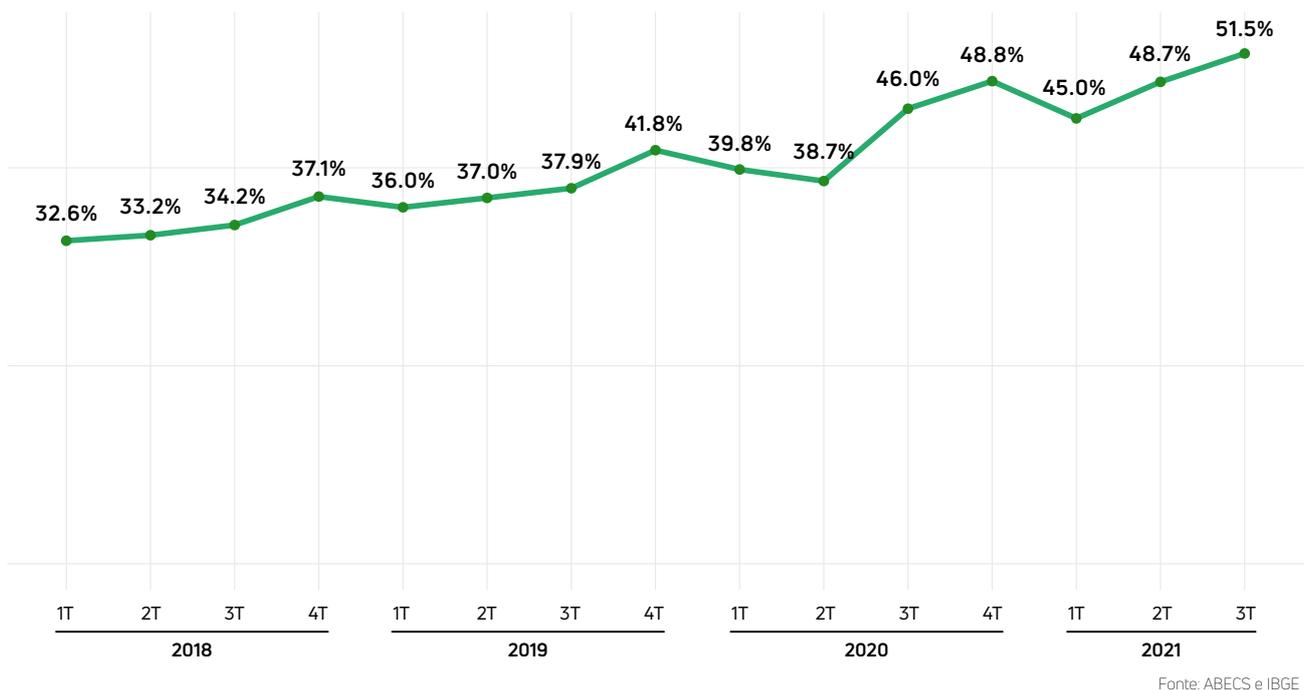
Figura 3: Transações P2B



A Figura 4, por exemplo, evidencia como os cartões são cada vez mais um instrumento fundamental para as famílias brasileiras, atingindo impressionantes 51,5% de todo o gasto por elas no 3º trimestre de 2021, um crescimento de cerca de 6,5 pontos percentuais ao longo de 2021.

Tal resultado, aliado ao grande crescimento e sucesso do PIX, traz ainda mais luz sobre o processo de digitalização da economia do país, apresentando evidências da procura cada vez maior do brasileiro por meios de pagamento alternativos ao tradicional papel moeda.

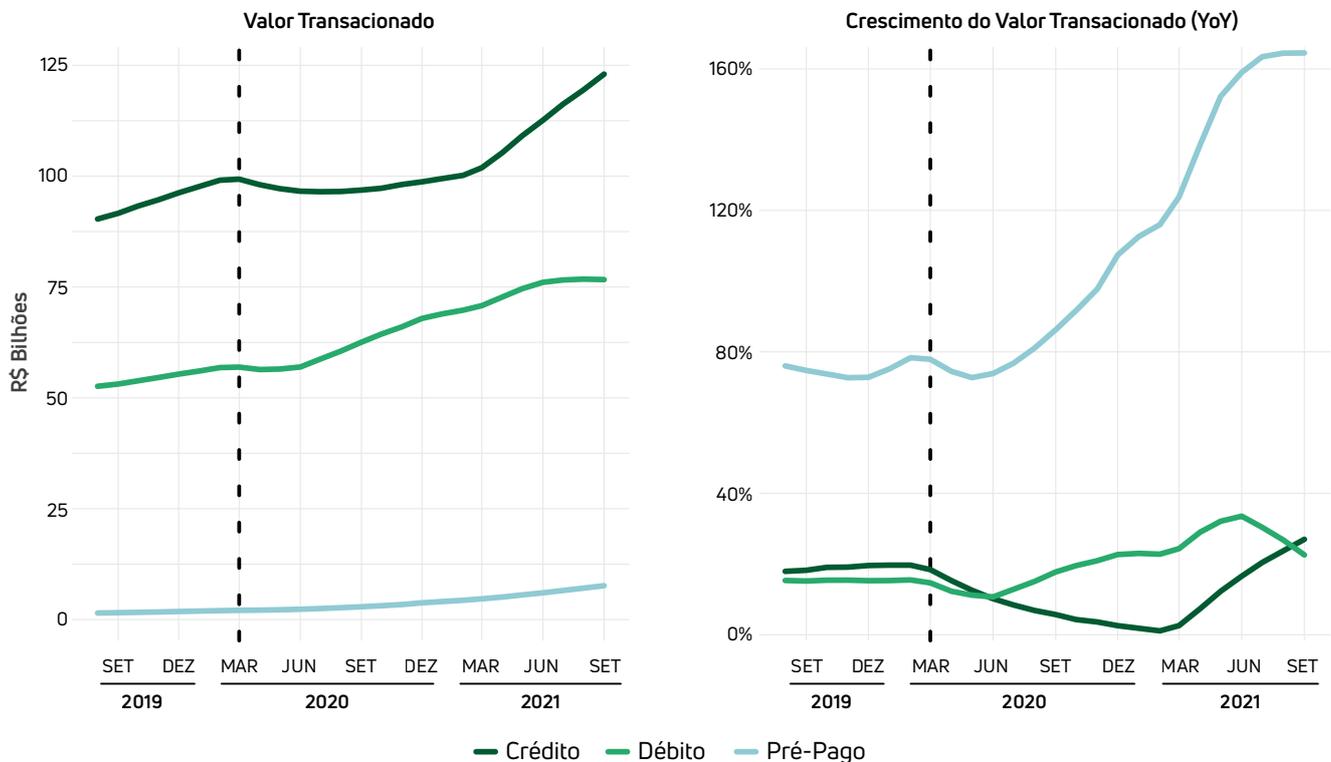
Figura 4: Proporção dos Gastos em Cartões no Consumo da Família Brasileira



A **Figura 5**, por sua vez, abre os números do uso de cartões pelo brasileiro como meio de paga-

mento em suas três modalidades diferentes: débito, crédito e pré-pago.

**Figura 5: Mercado de Cartões: Total de Valor**



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

Vemos que, mesmo já sendo o meio de pagamento eletrônico mais utilizado no Brasil, os três arranjos continuaram crescendo de forma significativa ao longo terceiro trimestre de 2021. A modalidade de crédito saiu de um total de pouco mais de R\$ 371 bilhões transacionados no 2º Tri 2021 para cerca de R\$ 420 bilhões, um crescimento acima dos 13%. A modalidade débito, em uma mesma comparação, saiu do valor de R\$ 217,6 bilhões para R\$ 237,7 bilhões, representando um aumento de mais de 9%. Por fim, o arranjo pré-pago apresentou o maior crescimento, por volta de 33%, chegando a um total transacionado no ter-

ceiro trimestre de quase R\$ 32 bilhões.

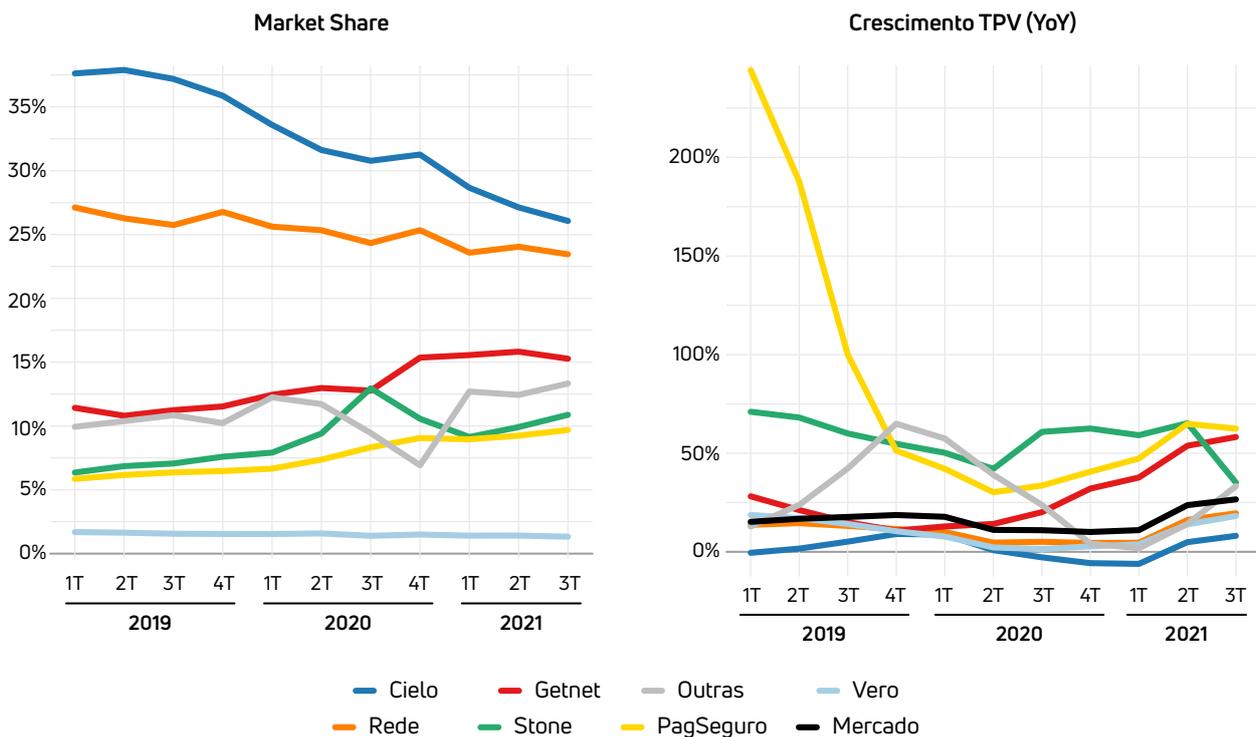
O gráfico à direita da **Figura 5** mostra a evolução do crescimento anual (comparação do mês com o mesmo mês do ano anterior) da média móvel de 12 meses<sup>3</sup> para os três arranjos. Nota-se que, apesar de representar cerca de apenas de 3,5% de todo valor transacionado com cartões no terceiro trimestre de 2021, a modalidade pré-pago cresce de maneira galopante, com crescimento mensal médio no trimestre de mais de 164%, evidenciando sua cada vez maior adoção como alternativa de pagamento no país.

<sup>3</sup> Ambos os gráficos da Figura 5 trabalham com média móvel de 12 meses. Como as vendas em Serviços e Varejo, dois dos mais importantes setores para o mercado de pagamentos com cartões, são altamente sazonais (com picos significativos nas festas de final do ano), tal análise é necessária para mitigar um pouco os efeitos de tal sazonalidade, deixando uma análise de trajetória mais clara.

Ainda, pode-se perceber uma desaceleração no crescimento no arranjo de débito, atingindo um patamar de 22,58% no comparativo entre setembro de 2021 e setembro de 2020, menor valor de crescimento anual desde novembro de 2020. Ainda precisamos de mais dados para entender melhor se essa queda na velocidade de crescimento é uma tendência, que pode indicar uma certa saturação da forma de pagamento devido a, por exemplo, o advento do PIX ou aumento das transações online (que não ocorrem no débito), ou se é apenas um fenômeno pontual. A despeito disso, a taxa de crescimento segue bastante expressiva. Por outro lado, em contraste com a desaceleração de crescimento do arranjo débito, nota-se que o arranjo crédito finalmente parece ter se recuperado por completo dos impactos ocasionados pela pandemia do COVID-19, apresentando um crescimento anual médio de 23,72% no trimestre em sua média móvel de 12 meses.

A **Figura 6** traz novamente luz a um importante fenômeno que tem acompanhado o processo de crescimento do uso de cartões como meio de pagamento pelas famílias brasileiras: a chamada “guerra das maquininhas”. Em setembro de 2021, as adquirentes associadas a grandes bancos do país (Cielo associada ao Banco do Brasil, ao Bradesco e à Caixa Econômica; Rede, associada ao Itaú; e Getnet, associada ao Santander) atingiram, na soma de seus market shares, o menor valor já registrado da série, para cerca de 64,8%. Apesar deste número ainda ser bastante expressivo, ele também vem caindo de forma significativa, fenômeno diretamente relacionado com a cada vez maior competição no setor. Em setembro de 2019, por exemplo, este mesmo dado correspondia a cerca de 74,2% do mercado. Temos, assim, uma queda de quase 10 pontos percentuais em apenas 2 anos. Ainda, observamos que, tanto a Cielo quanto a Rede crescem a taxas menores que a média do mercado.

**Figura 6: Market Share no Mercado de Adquirência**

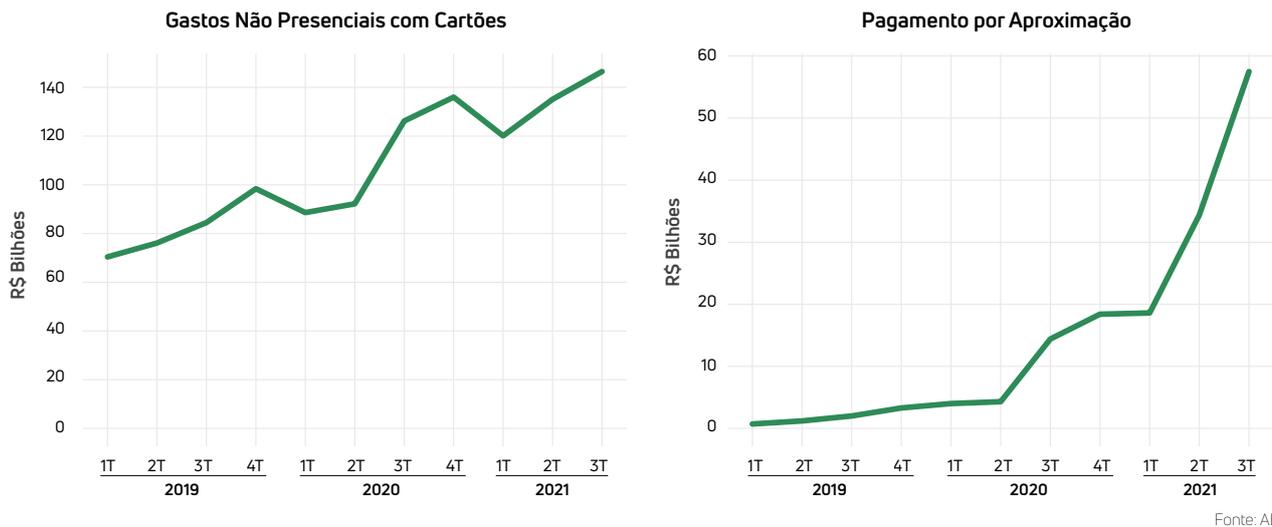


Média Móvel Quatro Trimestres. | 'Outras' foi calculado como a diferença entre o TPV total fornecido pela ABECS e o TPV somado dos Adquirentes destacados. | Linha Preta Representa Média do Mercado. | Fonte: ABECS e Resultados Trimestrais dos Participantes.

A **Figura 7** mostra a continuidade ao longo do terceiro trimestre de 2021 de fenômeno destacado no relatório anterior: o brasileiro não só tem gastado cada vez mais com cartões, como também tem feito cada vez mais compras com cartões de maneira não presencial e com aproximação. Os gastos não presenciais com cartões saltaram de pouco mais de R\$ 135 bilhões no 2º Tri 2021 para cerca de R\$ 146,5 bilhões no 3º Tri, um crescimen-

to de 8,4%. Se comparamos com o 3º Tri 2020, vemos um impressionante crescimento de 16,1%. Os pagamentos por aproximação continuam em um alucinante ritmo de crescimento. Só entre os 2º e 3º Tri 2021, tal crescimento foi cerca de 67,2%. Olhando para a comparação entre 3º Tri 2020 e 3º Tri 2021, o volume transacionado via pagamento por aproximação cresceu quase 300%, saindo de R\$ 14,4 bilhões para R\$ 57,5 bilhões.

Figura 7: Digitalização da Economia

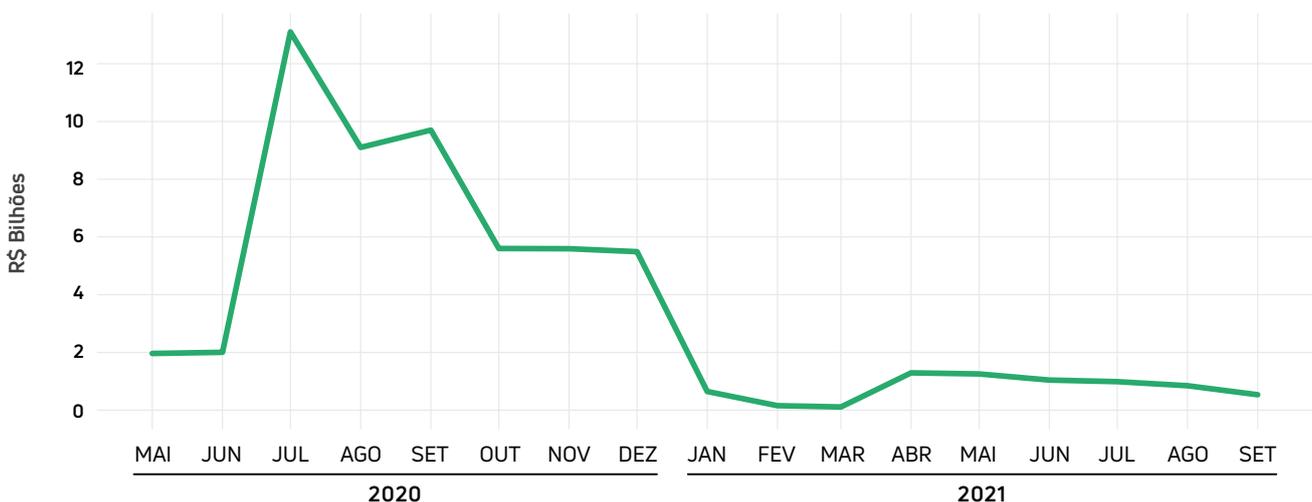


Anteriormente, havíamos destacado que o crescimento destas duas maneiras de usar o cartão seriam resultado de medidas sanitárias durante a pandemia do COVID-19. Parece que essas medidas, no entanto, vieram para ficar e têm se tornado cada vez mais um hábito para os brasileiros.

Podemos dizer, assim, que, em 2020, a chegada da pandemia da Covid-19 evidenciou a importância da digitalização dos serviços financeiros, tanto pela necessidade de transacionar digitalmente devido às medidas de confinamento e distanciamento social, quanto com a criação de contas digitais para pagamento do Auxílio Emergencial. Assim, como um último assunto relacionado à cada vez maior digitalização da economia brasileira, não poderia ficar faltando o importante impacto que o pagamento deste benefício, que viu seu último pagamento ser efetuado no dia 31/out/21, teve neste crescente processo.

A **Figura 8** mostra a quantidade de recursos do Auxílio Emergencial que foram utilizados via pagamento digital até o terceiro trimestre de 2021. Vemos que, naturalmente pelo cada vez menor pagamento do benefício, o total gasto com recursos provenientes do Auxílio Emergencial via meios digitais no 3º Tri 2021 foi de cerca de R\$ 2,4 bilhões, representando uma queda de aproximadamente 34% em relação ao mesmo dado para o trimestre anterior. Ainda assim, temos que o Auxílio Emergencial pago via meios digitais já movimentou cerca de R\$ 59,4 bilhões desde maio de 2020, um número bastante considerável. Tais expressivos valores deixam dúvidas de quanto o processo de digitalização da economia brasileira poderá desacelerar agora com o fim do benefício. As razões para isso podem ser melhor entendidas ao observarmos a **Figura 9**.

Figura 8: Auxílio Emergencial: Pagamento Digital



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

A **Figura 9** traz importantes dados quanto à relevância do Auxílio Emergencial para o processo de digitalização da economia brasileira. Antes de falar especificamente dos impactos do benefício em si, vale o destaque para o gráfico à esquerda na **Figura 9**.

Nele, encontram-se dados sobre como a desigualdade de renda tem importante reflexo sobre o processo de modernização das formas de se relacionar com dinheiro no Brasil. Vemos que há uma clara “escadinha”, de acordo com o tamanho da renda, o quão importante são os meios de pagamento diferentes do papel moeda na vida do cidadão. A relação é clara: quanto maior a renda do indivíduo, medida aqui em quantidade de salários mínimos, menor a participação do papel moeda em seu cotidiano. Vemos que, por exemplo, aqueles com uma renda mensal maior do que 10 salários mínimos (o grupo mais abastado nesta análise) usam dinheiro em papel moeda em 41% de suas transações, número bem contrastante com os 87% do grupo mais pobre considerado (até 2 salários mínimos de renda mensal).

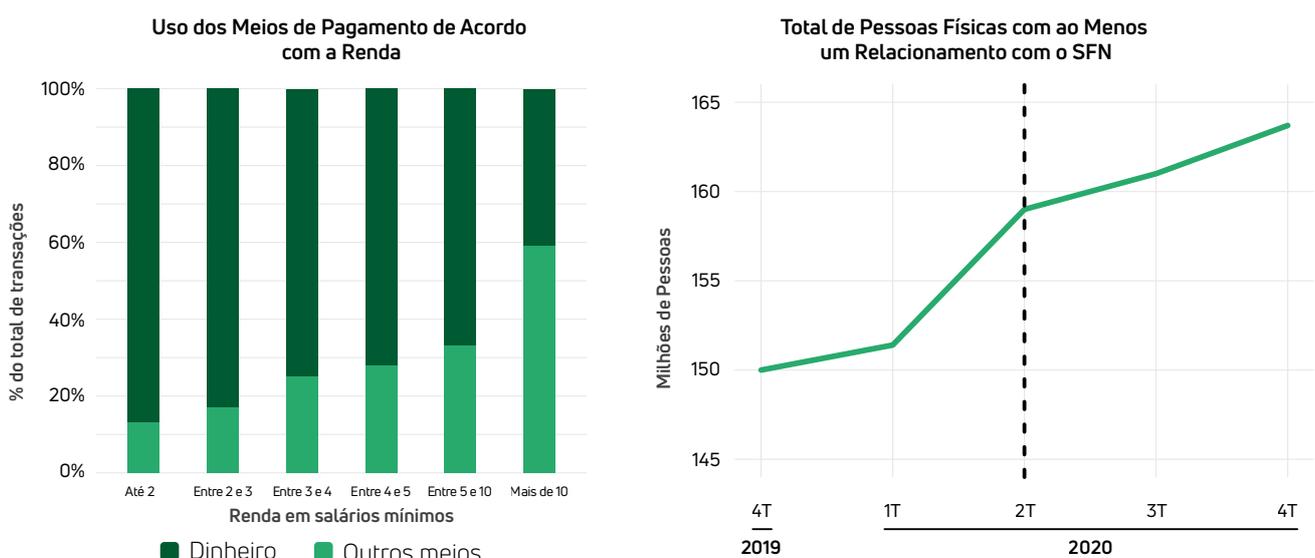
A participação do Auxílio Emergencial na digitalização da economia brasileira está, portanto, muito ligada a essa relação. Como ele beneficiou essencialmente os brasileiros mais vulneráveis e boa parte de seu pagamento foi feito via meios digitais, tivemos um amplo crescimento no acesso ao Sistema Financeiro Nacional (SFN) promovido pelo pagamento do benefício. Com o programa, expandiu-se o número de pessoas com relacio-

namento com o SFN quando comparados os anos de 2019 e 2020 (gráfico à direita da **Figura 9**). Entre os beneficiários do Auxílio pago ao longo de 2020, praticamente a totalidade passou a ter um relacionamento com o SFN (97%), um avanço importante em comparação com o ano anterior, quando 81,8% possuíam uma conta em uma instituição financeira.

Mesmo entre os beneficiários do Auxílio oriundos do Bolsa Família, a proporção de pessoas com relacionamento subiu de 75,1% para 89,6%. Dos quase oitenta milhões de relacionamentos criados em 2020 para esse público, cerca de trinta milhões de contas foram criadas na instituição pagadora do Auxílio Emergencial<sup>4</sup>. Em números absolutos de pessoas, passamos de cerca de 150 milhões de pessoas com acesso ao SFN ao final de 2019 para cerca de 163,7 milhões de pessoas ao final de 2020, um impressionante aumento de mais de 10 milhões de pessoas em apenas um ano.

Portanto, temos que o gráfico à direita da **Figura 9**, ainda mais quando o olhamos com destaque para trimestre em que se iniciou o pagamento do Auxílio Emergencial, não deixa dúvidas: a modernização do SFN e a digitalização da economia brasileira passam também, de maneira bastante significativa, por um processo de inclusão econômica e social no país. Ainda que haja um longo processo de transformação do mero acesso à efetiva participação no sistema financeiro, o Auxílio contribuiu positivamente para acelerá-lo;

**Figura 9: Renda e Inclusão Financeira Digital**



Linha vertical pontilhada destaca o trimestre em que o Auxílio Emergencial começou a ser pago. | Valores se referem ao total de pessoas com acesso ao SFN ao final de cada quarto. Fonte: Relatório de cidadania financeira 2021 do Bacen.

<sup>4</sup> Todos os dados apresentados neste parágrafo foram retirados do “Relatório de Cidadania Financeira 2021”, produzido pelo Bacen.

## 2. Vendas em Varejo e em Serviços

Como destacado na versão anterior deste relatório, dois dos setores mais atingidos pela pandemia do COVID-19 estão entre aqueles que mais dependem da livre circulação de pessoas: o setor de comércio e o setor de serviços. A **Figura 10** é, portanto, de fundamental importância, pois usa dados do Google para mostrar como evoluiu a mobilidade em Varejo e Lazer ao longo do terceiro trimestre de 2021. Vemos que, quando comparamos com o final do segundo trimestre, em 30/06/2021, o valor da média móvel semanal da tendência de mobilidade era de -20% em relação

ao começo de 2020 ou, de maneira mais simples, o momento exatamente antes do início da pandemia. Já ao final do terceiro trimestre de 2021, em 30/09/2021, este mesmo valor estava em -8,14%. Ou seja, houve um acréscimo de quase 12 pontos percentuais na mobilidade em lugares como restaurantes, cafés, shopping centers, parques temáticos, museus, bibliotecas e cinemas no período. Olhando para dados ainda mais recentes, no mês de novembro de 2021 começamos a atingir valores iguais ou até mesmo superiores àqueles pré-pandêmicos.

**Figura 10: 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.

Desta forma, é de se esperar certo otimismo com os setores de comércio e serviços no que tange a quantidade de produtos/serviços transacionados, justamente pela cada vez iminente volta aos níveis de circulação normal de pessoas pelos centros urbanos. No entanto, infelizmente, como

veremos, os dados de volume de vendas em tais setores, especialmente naqueles relacionados a serviços, contam uma história um pouco diferente: a atividade econômica parece não estar voltando a níveis pré-pandêmicos, apesar da melhora representativa nos medidores de mobilidade.

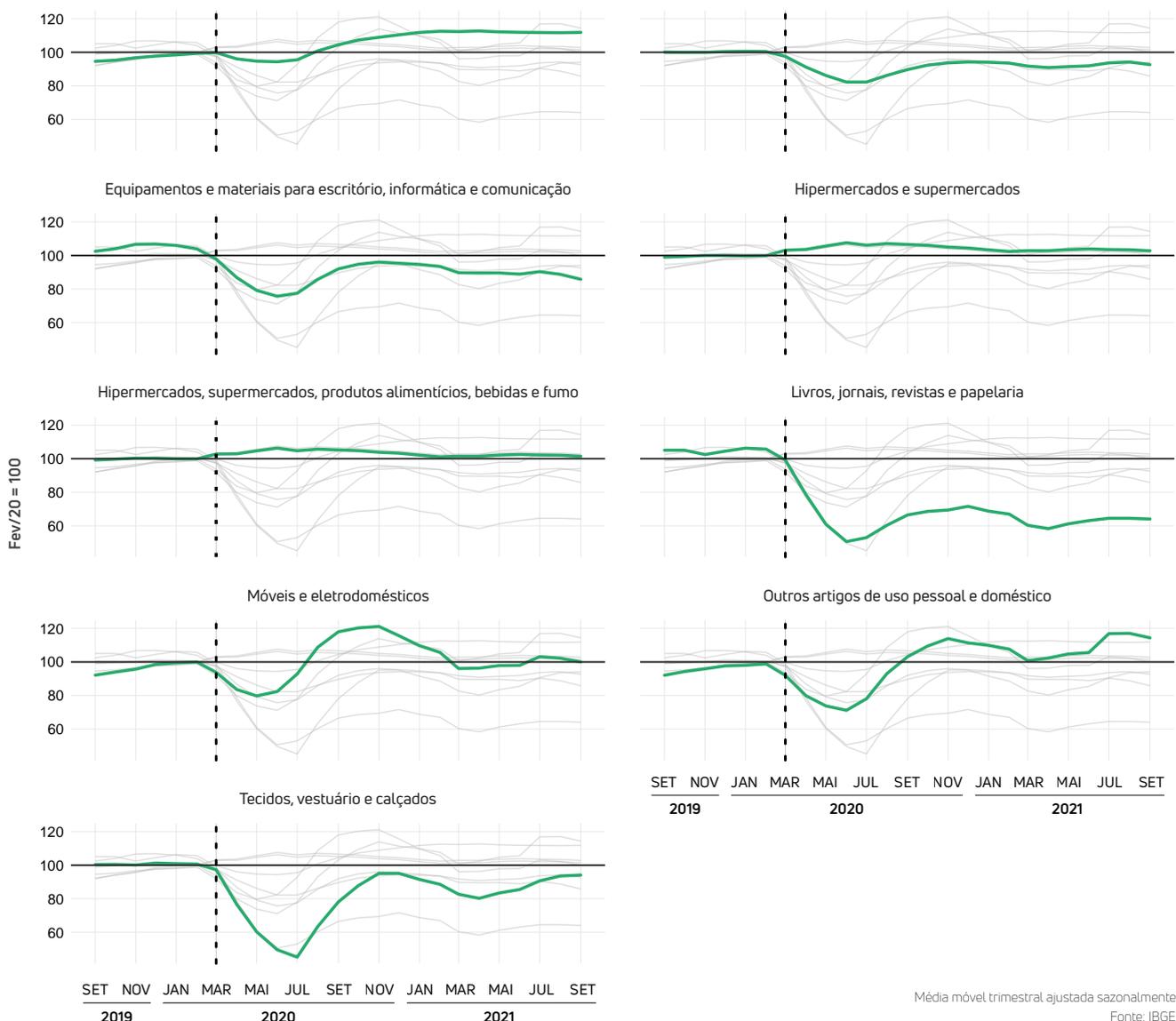
A **Figura 11** conta um pouco mais sobre este fenômeno ao mostrar o volume de vendas no comércio varejista, separado em diversos setores. Entre o segundo e o terceiro trimestre de 2021, tivemos poucas mudanças nas tendências discutidas no relatório anterior. Na verdade, o principal aspecto de destaque foi justamente uma queda de cerca de -0,4% no volume mensal médio transacionado no trimestre, com uma queda ainda maior quando comparado com o mesmo trimestre de 2020, que ficou em -1,6%. Quando consideramos o aspecto do aumento expressivo da mobilidade no período, tal resultado chama ainda mais a atenção, pois era de se esperar um crescimento nas vendas no comércio com o aumento da mobilidade.

Olhando especificamente para alguns setores, vemos que aqueles relacionados a Supermercados e a Hipermercados viram seus volumes de vendas caírem em 0,9% entre o 2º e o 3º Tri de 2021. A queda no setor de Combustíveis e lubrificantes foi um pouco mais acentuada no período,

totalizando 1,5% a menos de vendas no 3º trimestre de 2021. Uma das quedas mais significativas no setor de comércio foi aquela de Móveis e eletrodomésticos, que viu o volume de vendas cair em mais de 4,5% no período. Além disso, é importante destacar o setor de Livros, jornais, revistas e papelaria, que, em setembro de 2021, mesmo com a mobilidade tendo aumentado significativamente, ainda apresenta, em sua média móvel, um valor cerca de 35% menor do que aquele que apresentava em fevereiro de 2020, reforçando ainda mais o momento ruim que ainda diversas áreas da economia brasileira relacionadas ao setor de comércio enfrentam.

Em uma nota mais positiva e que está intimamente ligada com a melhora dos índices de mobilidade, não podemos deixar de destacar o setor de Tecidos, Vestuário e Calçados que cresceu cerca de 5,8% no comparativo entre o segundo e o terceiro trimestre de 2021 quando olhamos para as médias mensais dos períodos.

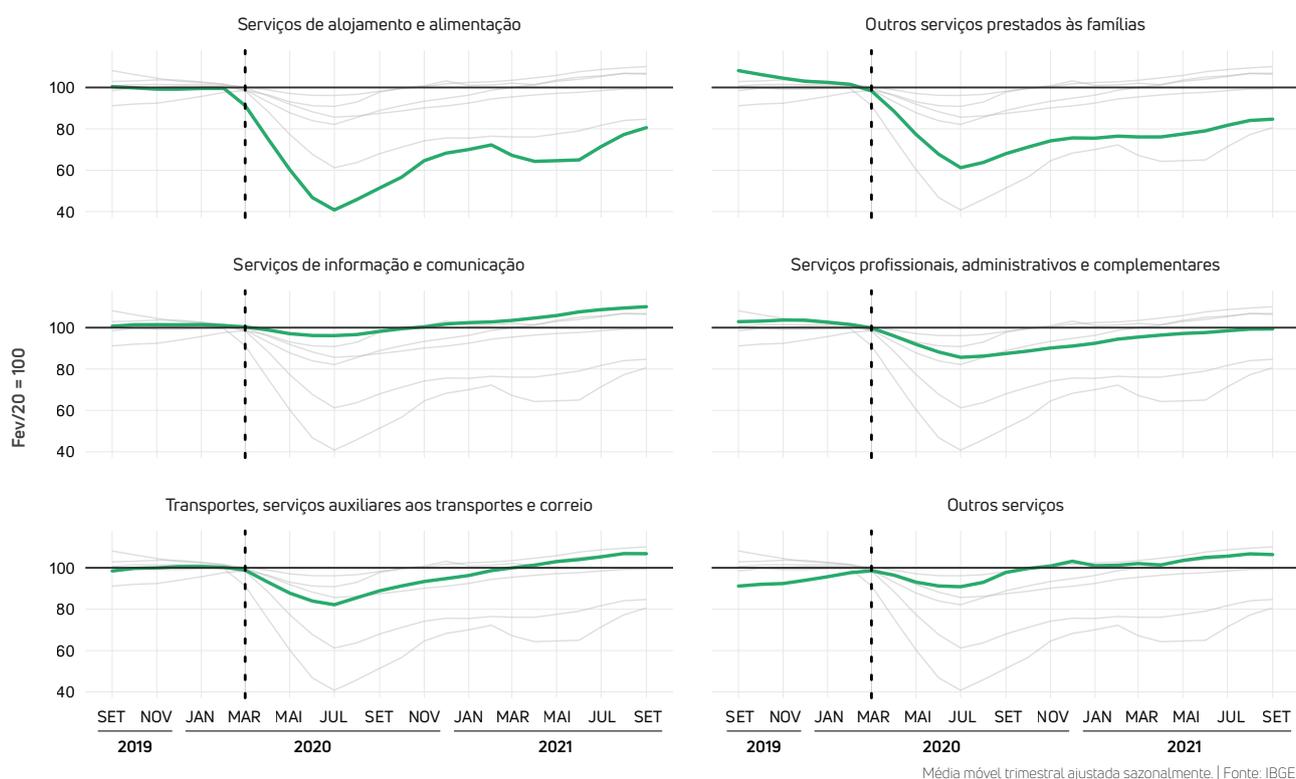
**Figura 11: Volume de Vendas no Comércio Varejista, por setores**



A **Figura 12**, por sua vez, mostra dados semelhantes aos da **Figura 11**, só que dessa vez, o foco é em setores relacionados a serviços. De forma geral, o volume de vendas em setores relacionados a serviços cresceu cerca de 3% no comparativo entre a média mensal do 2º e do 3º trimestres de 2021. Quando comparado com o mesmo trimestre de 2020, o crescimento foi de mais de 15%, mostrando uma recuperação muito mais expressiva do que aquela apresentada pelo setor de comércio. No entanto, merece destaque o setor de Serviços de Alojamento e Alimentação que, apesar de ter crescido cerca de 18,6% desde o

2º trimestre de 2021, ainda se encontra em níveis muito aquém daqueles alcançados pré-pandemia, atingindo em setembro de 2021 um valor em sua média móvel anual ainda cerca de 20% menor do que o valor de fev/20. Contrastantemente, um setor de serviços que viu suas atividades crescerem de forma bastante expressiva com o aumento da mobilidade das pessoas foi o de Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio, atingindo um patamar cerca de 7% maior daquele observado em fev/20, com um expressivo aumento de mais de 18% na média mensal entre o terceiro trimestre de 2020 e o de 2021.

**Figura 12: Volume de Vendas em Serviços, por setores**



Observamos, portanto, que apesar do expressivo aumento da mobilidade em locais importantes para o comércio e o serviço, tais setores, ainda que com algumas exceções e um cenário um pouco mais animador no caso específico do setor de serviços, ainda estão caminhando de forma bem vagarosa. No geral, o volume de vendas do comércio varejista apresentou queda apesar do acréscimo na mobilidade e o importante setor de serviços de alimentação ainda está muito abaixo de níveis pré-pandêmicos. Naturalmente, a pergunta que fica é: se as medidas de restrição de mobilidade estão cada vez menos sendo um fator, o que pode ajudar a explicar essa lenta recuperação de parte essencial da economia brasileira? A resposta passa pelos dados apresentados na **Figura 13**.

A **Figura 13** apresenta duas variáveis de funda-

mental importância para qualquer economia do mundo: o principal medidor da trajetória dos preços (no caso brasileiro, o IPCA) e a taxa básica de juros da economia (no caso brasileiro, a SELIC). Nota-se que ambas variáveis caminharam recentemente em sentidos opostos ao desejado pela população: a taxa básica de juros vem subindo de forma bastante expressiva justamente porque o índice de inflação parece fora de controle.

No começo de 2021, a SELIC anual (baseada no valor mensal) estava em patamares pouco maiores do que 4,6%, com a meta estabelecida pelo Banco Central em 2%. O IPCA acumulado em 12 meses, por sua vez, estava no patamar 4,19%, bastante próximo da meta de 3,75% estabelecida pela autoridade monetária à época. Em setembro de 2021, tais índices mostravam uma realidade completamente diferente.

A SELIC chegou a 5,4%, com sua meta crescendo ainda mais proporcionalmente, atingindo 6,25%<sup>5</sup>. Tal movimento promovido pelo BACEN foi uma tentativa de dar uma resposta ao alarmante crescimento do IPCA que chegou, no acumulado de 12 meses, a 10,25% ao final do terceiro trimestre de 2021, suficiente para um acréscimo de cerca de 6 pontos percentuais em pouco mais de 9 meses. O cenário descrito pela **Figura 13** é, portanto, bastante preocupante para a economia brasileira: inflação e juros altos, crescendo a taxas bem expressivas. Mas como isso impacta os setores de comércio e serviços?

O ano de 2021 tem sido um período de subida geral da inflação, tanto em economias emergentes como desenvolvidas<sup>6</sup>, mas a inflação do Brasil é particularmente alta. Há diversos motivos para isso.

Em se tratando de uma cesta de produtos e serviços, o IPCA tem vários componentes, incluindo alimentos, vestuários, despesas com saúde e educação, entre outros. Alguns desses componentes têm se destacado mais do que outros e são fundamentais para a cadeia produtiva dos setores de comércio e serviços e, assim, faz-se necessário, explicar brevemente a recente dinâmica deles. Em especial, aquela dos preços dos combustíveis e a da energia elétrica.

Começando pelos preços da gasolina e do gás de botijão (ou de cozinha), temos que o motivo de sua recente e rápida alta está na fórmula de reajuste dos preços desses combustíveis, que leva em consideração a cotação, em dólar, do barril do petróleo no mercado internacional (o gás de botijão é um subproduto do petróleo e, por esse motivo, seus preços estão intrinsecamente relacionados). Desde o início do ano, o preço do barril do petróleo acumula uma alta de mais de 60%<sup>7</sup>. Somando-se a isso a desvalorização do real frente ao dólar<sup>8</sup>, o resultado é um aumento ainda mais expressivo do preço dos combustíveis.

Já o forte aumento do preço da energia elétrica está relacionado com a crise hídrica que o

Brasil tem enfrentado ao longo deste ano. Quase 70% de toda a eletricidade produzida no país vem das usinas hidrelétricas. Como o volume de chuvas tem sido bastante abaixo da sua média histórica, o Governo se viu obrigado a contratar usinas termelétricas para evitar que o nível dos reservatórios de água fique baixo demais (cenário indesejável em que poderíamos ter apagões e racionamento de energia). O problema é que essas usinas têm alto custo de funcionamento e esses valores são repassados para a conta de luz dos consumidores.

Assim, todo esse cenário adverso de mudança de preços prejudica os setores de comércio e serviço por alguns canais distintos. Naturalmente, um canal é via aumento dos custos de insumos, que são repassados (em parte, ou integralmente) para o catálogo de preços. Mas um outro canal importante é o seguinte: combustíveis, energia elétrica e alimentos (cujos preços também têm aumentado de forma expressiva) são essenciais para o dia-a-dia das famílias brasileiras. Se os preços desses produtos sobem proporcionalmente mais do que os salários, então a renda disponível para o consumo após o pagamento dessas despesas é menor, e isso pode afetar a demanda por produtos e serviços. Desta forma temos uma desaceleração na atividade econômica, mesmo com as medidas de restrições de mobilidade no combate à pandemia do COVID-19 cada vez menores.

Portanto, em resumo, juros e inflação altos contraem, ao mesmo tempo, a demanda por crédito (devido ao aumento de juros, o preço do crédito), o que conseqüentemente diminui a quantidade de investimentos, e a demanda por produtos (devido ao aumento da inflação). Tais fatores, somados, contribuem para um cenário econômico bastante adverso para setores tão dependentes do poder aquisitivo da população brasileira, o que ajuda a explicar o resultado bem abaixo do esperado para o volume de vendas no comércio e em serviços.

5 Em 28/10/2021, o Bacen subiu ainda mais a meta, para 7,75%.

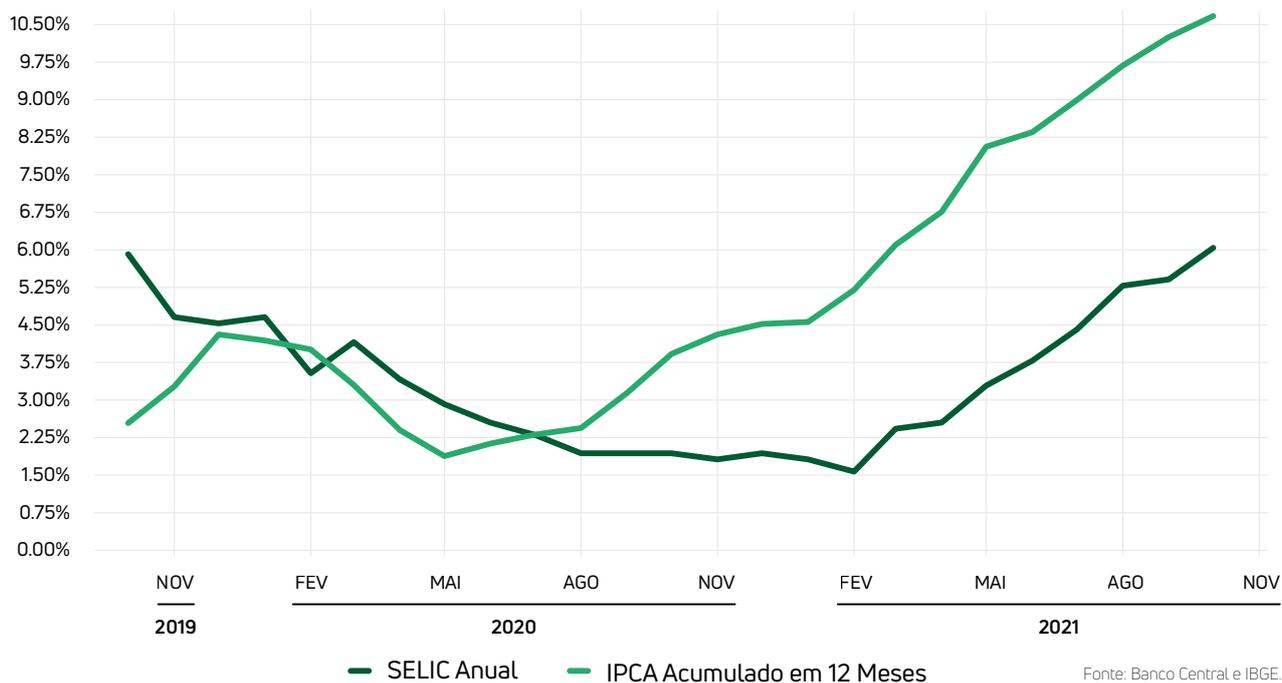
6 Nos EUA, por exemplo, segundo dados do U.S. Bureau of Labor Statistics, a inflação atingiu 6,2% em outubro de 2021 para o período acumulado de 12 meses, o maior valor em pelo menos 10 anos.

7 O tipo Brent, por exemplo, viu seu valor saltar de US\$ 41,96 por barril para US\$ 69,29 por barril (+ 65,13%) entre 2020 e outubro de 2021.

8 Em 28/02/2020, US\$ 1 equivalia a R\$ 4,47. Em 27/11/2021, tal valor chegou a R\$ 5,61, um aumento de aproximadamente 25,5%.

Figura 13: SELIC e IPCA 12 Meses

SELIC Anual e IPCA Acumulado em 12 Meses

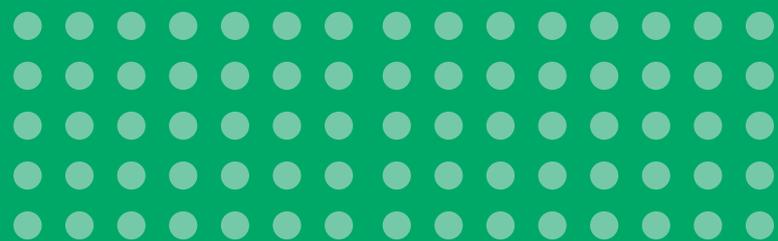


### 3. Considerações finais

Os resultados do terceiro trimestre de 2021 evidenciam tanto a consolidação de algumas tendências no mercado, como a mudança na natureza de outras. No primeiro caso, os destaques são a digitalização dos pagamentos, majoritariamente via Pix e cartões. Se a pandemia foi o motivador inicial para a adesão das pessoas às modalidades digitais, a redução das restrições de mobilidade não têm arrefecido o crescimento delas. O mesmo pode ser dito da competição no mercado de pagamentos: uma década após a abertura do mercado de aquisição, a distribuição do poder de mercado entre antigos incumbentes e as fintechs desafiadoras segue acontecendo.

Por outro lado, a manutenção dos resultados pouco animadores no varejo e serviços já possuem um perfil diferente de motivação em relação ao que analisamos previamente. Se o impacto inicial no volume de vendas em 2021 estava associado com a segunda onda de COVID-19 e a manutenção da restrição de mobilidade no início do ano, hoje as dificuldades estão mais associadas aos desdobramentos desse período e à condução da política econômica decorrente. Levando isso em consideração, o perfil de análise para o futuro próximo também deve ser adaptado a essa nova realidade.





**Contribuíram para este documento:**

Bernardo Piquet

Gabriel Richter

Bruna Cataldo

Guilherme Vergara

Gabriel Madeira

Rômulo Carvalho

Mais informações: [contato@institutopropague.org](mailto:contato@institutopropague.org)



instituto

**Propague**

**stone**