

# Instituições de Pagamento: Inovação & Inclusão Financeira

Pesquisa das tendências e transformações que estão moldando o futuro dos pagamentos no Brasil

**JUNHO DE 2024**



# Conteúdo

## **Sumário Executivo** **03**

---

### **Capítulo 1**

#### Soluções ofertadas e perfil das instituições

##### 1.1 Oferta de soluções de pagamento **04**

---

##### 1.2 Oferta de soluções financeiras **06**

---

##### 1.3 Oferta de soluções de tecnologia **07**

---

##### 1.4 Maturidade das Instituições **08**

---

### **Capítulo 2**

#### Perfil de clientes pessoa jurídica (PJ) **09**

---

### **Capítulo 3**

#### Perfil de clientes pessoa física (PF) **10**

---

### **Capítulo 4**

#### Considerações finais **11**

---

# Sumário Executivo

O setor de meios eletrônicos de pagamento está em franca expansão, impulsionando a inclusão financeira de usuários finais – varejistas e consumidores — e se consolidando como um importante fator de promoção do consumo e da produção econômica. Em 2023, o setor de cartões movimentou mais de R\$ 3,5 trilhões, volume correspondente a mais da metade da despesa anual de consumo das famílias brasileiras (principal componente do PIB brasileiro sob a ótica da demanda)<sup>1</sup>. Em adição ao já consolidado mercado de cartões, o Banco Central instituiu em 2020 o Pix, que rapidamente conquistou seu espaço no varejo, atingindo em 2023 a marca de R\$ 17 trilhões em TPV e uma média de mais de 3 bilhões de transações mensais.

Com objetivo de entender o perfil das instituições que tornam esses números possíveis, a PwC Brasil e a Associação Brasileira de Instituições de Pagamentos (ABIPAG) realizaram esta pesquisa, que analisa os últimos três anos (2021 a 2023) das atividades de suas associadas que, juntas, atendem às necessidades de uma base de clientes de mais de 4,5 milhões de empreendedores, que representam cerca de 10% das empresas ativas e também dos trabalhadores autônomos brasileiros.

## Destaques

### Mercado de Cartões



**Cresceu +40%**  
o Volume Total de Pagamentos (TPV)  
das associadas ABIPAG

Alcançando em 2023 **+R\$ 560 bilhões**

▶ Quantia **superior a 15%** do montante total da indústria

### Pix



O TPV das associadas **cresceu 3X+** do que o crescimento do próprio arranjo

▶ Predominância do Pix Cobrança em terminais POS (maquininhas), demonstrando a importância do Pix para o varejo brasileiro

### Mercado de Serviços Financeiros



**Cresceu 70%** a carteira de crédito das associadas

▶ Enfoque para a oferta de capital de giro com garantia em recebíveis de cartão

A ampla utilização de recebíveis como garantia demonstra a importância do ativo para os varejistas e o sucesso do regime regulatório de registro instituído pelo Banco Central.

A ABIPAG reúne 35 associadas que oferecem soluções de pagamento e financeiras a partir da adoção de novas tecnologias, sendo a maioria delas instituições de pagamento autorizadas a funcionar pelo Banco Central.

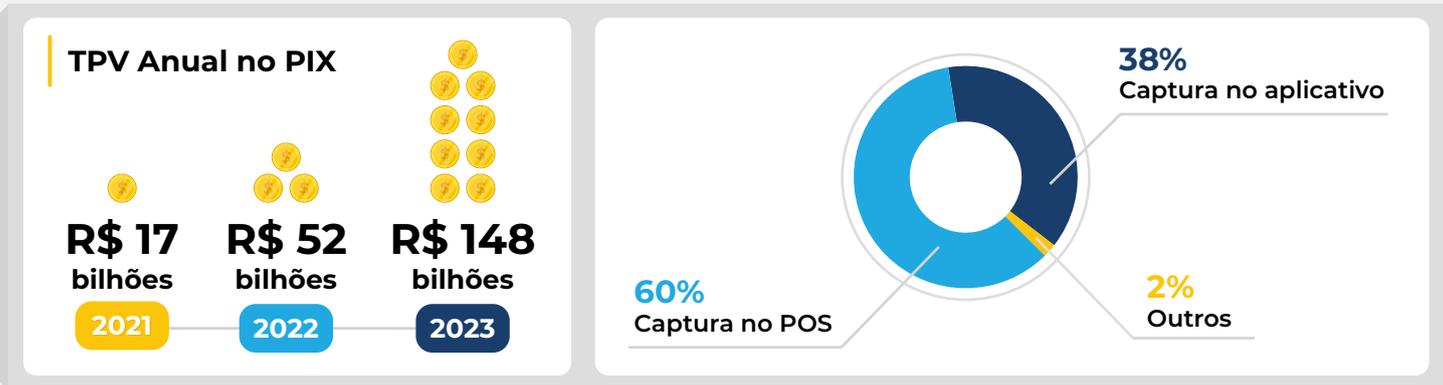
Esta pesquisa, para além de evidenciar o crescimento e a consolidação das associadas da ABIPAG nos mercados de pagamentos e crédito, demonstra a importância de um ambiente regulatório sólido e eficiente para a promoção da competição e para o desenvolvimento nacional.

<sup>1</sup> Conforme dados das Contas Nacionais Trimestrais divulgadas pelo IBGE as despesas de consumo das famílias somaram aprox. R\$ 6,9 trilhões e o PIB aprox. R\$ 10,9 trilhões.

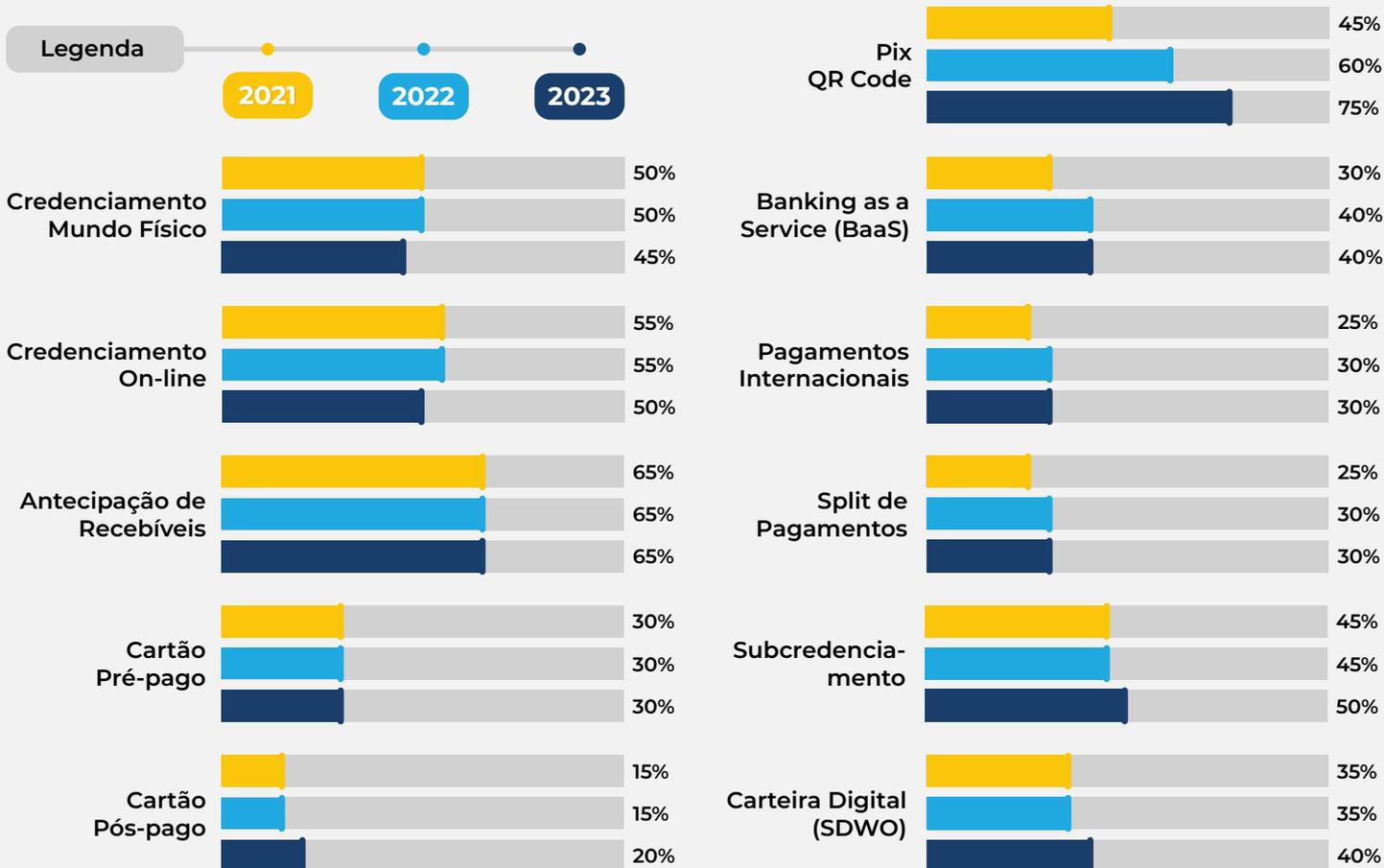
# Soluções ofertadas e perfil das instituições

## 1.1 Oferta de soluções de pagamento

Observa-se uma tendência de crescimento entre as associadas da ABIPAG. Em 2023, o TPV processado pelas associadas da ABIPAG cresceu mais de 40%, alcançando em 2023 mais de R\$560 bilhões (superior a 15% do montante total da indústria)<sup>2</sup>. Já no Pix, o volume movimentado pelas associadas cresceu mais que o triplo do que o crescimento observado no TPV do arranjo<sup>3</sup>, com predominância da oferta de Pix em terminais POS (maquininhas) — evidência da crescente aceitação do Pix pelo varejo.



Em paralelo, observou-se a consolidação do portfólio de serviços pelas associadas da ABIPAG, com a manutenção de uma composição semelhante de soluções de pagamento ofertadas nos últimos três anos. Exceção feita ao Pix Cobrança por QR Code, que demonstrou crescimento substancial no portfólio de 75% das associadas (aumento de 30 p.p. em relação a 2021).



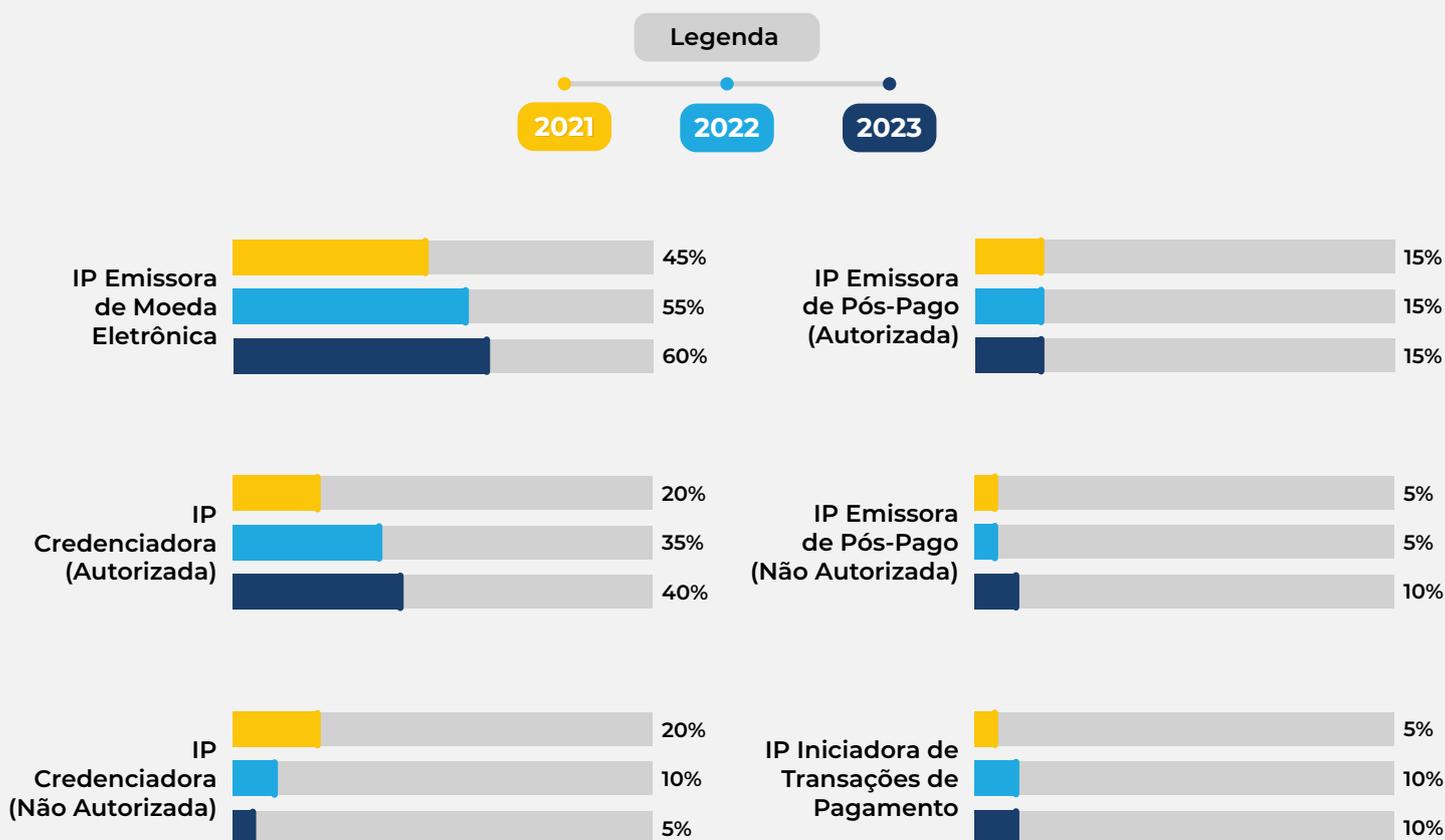
<sup>2</sup> TPV de arranjos de cartões de crédito, débito e pré-pagos integrantes do SPB disponíveis em Estatísticas de Meios de Pagamentos do Banco Central do Brasil (BCB).  
<sup>3</sup> TPV do Pix disponível em Estatísticas de Meios de Pagamentos do Banco Central do Brasil (BCB).



Nos últimos três anos, o crescimento das empresas de meios de pagamento pode ser atribuído a vários drivers principais. Em primeiro lugar, a oferta de serviços financeiros integrados, como contas digitais e meios de pagamento em um super app, tem sido crucial. Esses serviços facilitam a vida dos consumidores, oferecendo conveniência e eficiência, o que atrai e retém clientes. Além disso, a inovação e o lançamento de novos produtos desempenharam um papel significativo. Essas inovações não só ampliaram a base de clientes, mas também fortaleceram a lealdade dos clientes existentes.

**Evelyn Bueno - Diretora ABIPAG**

Outro indicativo da maior maturidade das associadas foi a ampliação do número de instituições autorizadas pelo Banco Central, com destaque para as modalidades de emissão de moeda eletrônica (crescimento de 15 p.p.) e credenciamento (número de credenciadoras autorizadas dobrou entre 2021 e 2023).



## | 1.2 Oferta de soluções financeiras

No mercado de crédito, as associadas apresentaram um crescimento de cerca de 70% em sua carteira líquida de provisões — 60 p.p. a mais do que a média do SFN<sup>4</sup> —, com enfoque na oferta de soluções de capital de giro para micro e pequenas empresas. Sob a perspectiva regulatória, o modelo adotado para concessão de crédito é o de Sociedade de Crédito Direto (SCD) em todos os casos analisados.

Observa-se, ainda, que todas as instituições entrevistadas que oferecem soluções de crédito fazem uso de garantias, com destaque para os recebíveis de cartão, o que demonstra a importância desses ativos para os varejistas e o sucesso do regime de registro obrigatório instituído pelo BCB em 2021.



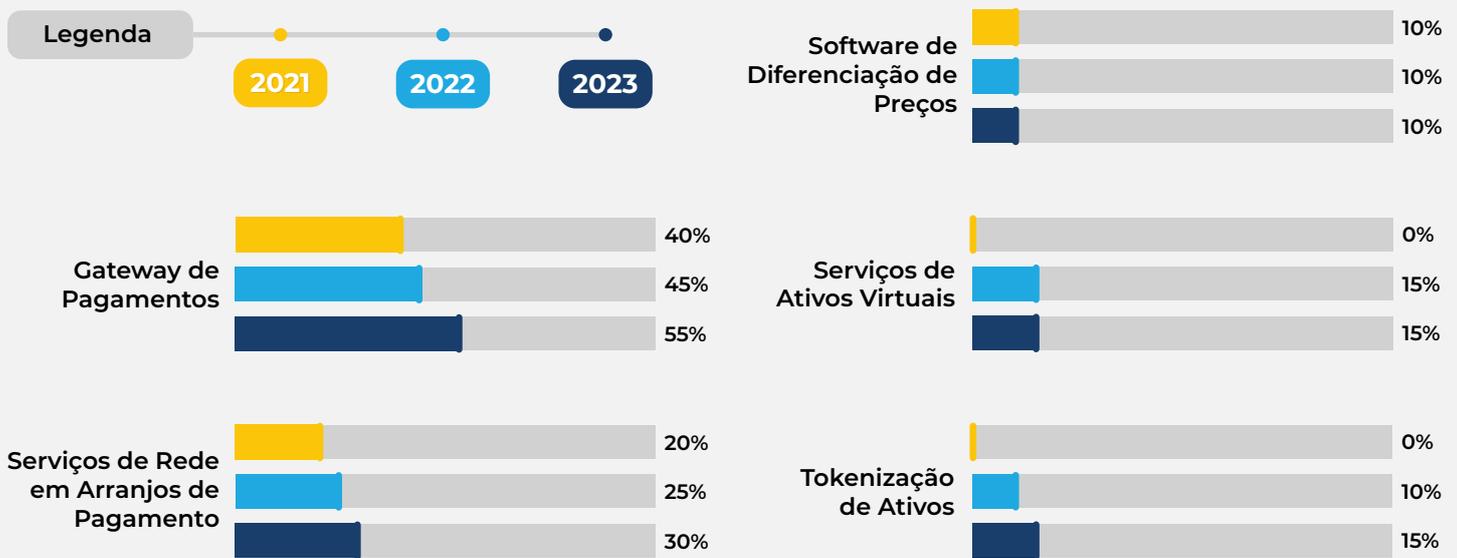
Um fator de sucesso que merece destaque é a excelência dessas instituições em servir o cliente a partir do desenvolvimento de soluções cujo foco seja o atendimento às suas necessidades. Também foram fatores indispensáveis as bem-sucedidas medidas de promoção da competição que o Banco Central vem promovendo há mais de uma década, como a abertura do mercado de cartões, a implementação do registro de recebíveis e a disciplina das SCDs (Sociedades de Crédito Digital).

**Gabriel Cohen - Diretor ABIPAG**

<sup>4</sup> Considerando a carteira ativa do SFN em modalidades de perfil semelhante àquelas em que atuam as associadas da ABIPAG (PF - Cartão de Crédito, PF - Empréstimo com consignação em folha, PF - Empréstimo sem consignação em folha, PF - Outros créditos, PJ - Capital de giro, PJ - Cheque especial e conta garantida, PJ - Operações com recebíveis e PJ - Outros créditos), conforme dados do [SCR.data](#). A posição líquida de provisões da carteira supramencionada foi projetada considerando os percentuais médios de provisões do SFN disponíveis no Sistema Gerenciador de Séries Temporais (SGS).

## | 1.3 Oferta de soluções de tecnologia

Parte significativa das associadas da ABIPAG busca complementar suas ofertas de pagamentos e crédito com soluções auxiliares de tecnologia, como gateways de pagamento (55% da amostra), serviços de rede em arranjos de pagamento (30%) e softwares de diferenciação de preços (10%). Ainda, merece destaque a prestação de serviços associados a ativos virtuais e tokens, que apresentaram um crescimento de 15 p.p. nos últimos três anos.



*Um dos principais fatores de sucesso que as empresas possuem é a capacidade de enxergar o cliente de forma diferente, a partir da oferta de produtos e serviços dentro de um contexto inovador, conectando as soluções mais tradicionais com o que há de mais recente, principalmente através do uso da tecnologia. Para os próximos anos, devemos observar isso se intensificando ainda mais, com as fintechs e empresas do setor de pagamentos utilizando os conceitos de economia digital, tokenização e inteligência artificial para continuarem aprimorando a experiência dos clientes.*

**Willer Marcondes - Sócio da Strategy& e líder de Consultoria em Serviços Financeiros, PwC Brasil**

## 1.4 Maturidade das Instituições

A ampliação e a consolidação da oferta de soluções de pagamentos, crédito e tecnologia pelas instituições analisadas foi revertida em resultados, indicando a rentabilidade esperada em um crescimento sustentável.

A Receita Bruta Anual dessas instituições tem aumentado constantemente ano após ano, tendo mais que dobrado entre 2021 e 2023. Paralelamente, constatou-se um investimento significativo em novas tecnologias, como tap to phone (solução que permite a captura de transação por aparelho celular mediante aproximação do cartão), biometria/reconhecimento facial e modelos com uso de inteligência artificial (a exemplo de *machine learning*) para análise de crédito ou prevenção a fraudes.

### Receita Bruta Anual



### Investimento em Novas Tecnologias



Os investimentos das instituições analisadas em novas tecnologias fica perceptível também pela participação das associadas em iniciativas de inovação promovidas pelos reguladores, como *sandboxes* regulatórios, o Open Finance e o Projeto Piloto do Drex.

“ O reconhecimento facial tem se mostrado uma tendência significativa na autenticação de transações e credenciamento de novos clientes, contribuindo para a prevenção de fraudes ao garantir a adoção de clientes reais e prevenindo a entrada de fraudadores no ecossistema de serviços financeiros.

**Evelyn Bueno - Diretora ABIPAG**

As ferramentas que adotam inteligência artificial terão um papel cada vez mais proeminente e transformador na indústria financeira e de pagamentos. Isso não significa que tais algoritmos substituirão a experiência humana que diferenciou as instituições de pagamento das instituições tradicionais, mas, sim, que serão importantes aliados na construção de experiências cada vez mais personalizadas para os clientes.

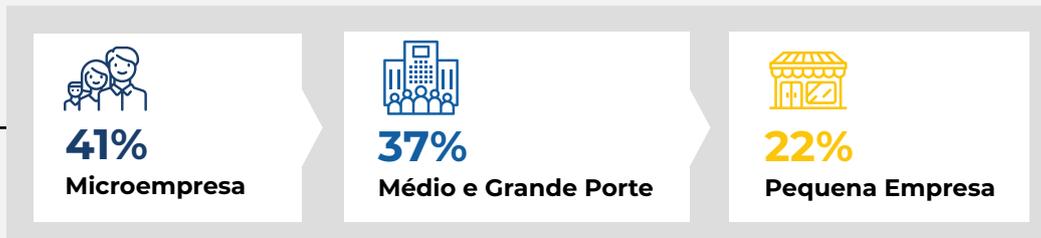
**Gabriel Cohen - Diretor ABIPAG**

# Perfil de clientes pessoa jurídica (PJ)

As associadas da ABIPAG atendem as necessidades de cerca de 1,9 milhões de clientes PJ<sup>5</sup>, volume correspondente a 9% das empresas ativas no Brasil<sup>6</sup>. Dentre esses clientes, 63% são micro e pequenas empresas (MPEs), reforçando o compromisso da ABIPAG com essa parcela do varejo, que, sozinha, responde por aproximadamente 30% do PIB nacional<sup>7</sup>.

**1,9MM**

Relacionamentos com Clientes PJ

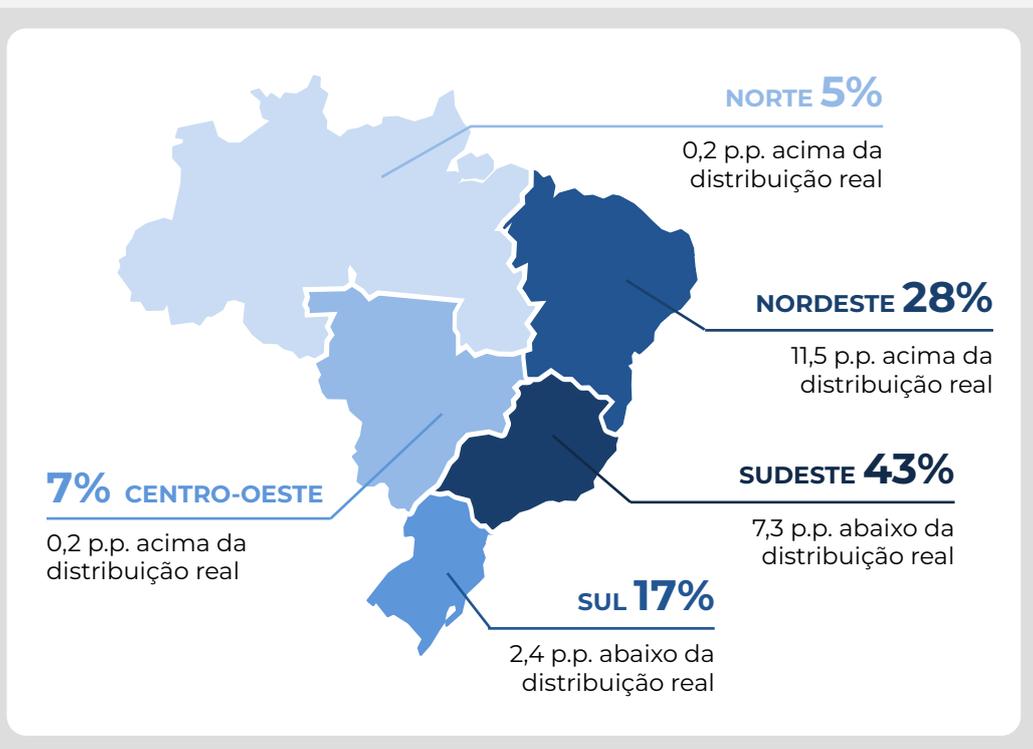


Os setores produtivos com maior representatividade na base de clientes das associadas da ABIPAG são os setores de Serviços (39%) e de Varejo e Consumo (36%).

Com relação à distribuição regional dos relacionamentos com clientes PJ, observa-se a esperada concentração dos clientes nas regiões mais populosas do Brasil — o Sudeste (43% da base) e o Nordeste (28%). No entanto, chama a atenção o fato de que a participação do Nordeste no total é 11,5 pontos percentuais superior à distribuição real de empresas nessa região (16,5%)<sup>8</sup>, o que evidencia a importância estratégica dos empreendedores nordestinos para as associadas da ABIPAG.

## Distribuição Regional dos Relacionamentos com Clientes PJ

E comparativo com distribuição real de empresas



<sup>5</sup> Um mesmo cliente pode ter relacionamento com mais de uma instituição analisada.

<sup>6</sup> Dados do Mapa de Empresas da Secretaria Nacional de Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP).

<sup>7</sup> Dados do Estudo sobre Participação de Micro e Pequenas Empresas na Economia Nacional de 2020 do Sebrae.

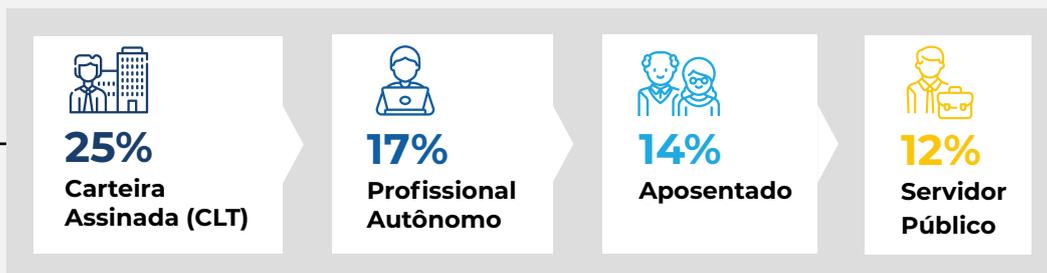
<sup>8</sup> Dados do Mapa de Empresas da Secretaria Nacional de Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP).

# Perfil de clientes pessoa física (PF)

As instituições associadas à ABIPAG ofertam suas soluções para mais de 16,6 milhões de clientes PF<sup>9</sup>, o que corresponde a cerca de 10% da população brasileira com 15 anos ou mais<sup>10</sup>. Desses clientes, 17% são trabalhadores autônomos, amostragem equivalente a 11% dos brasileiros classificados nessa categoria<sup>11</sup>, que apresentou crescimento expressivo após a pandemia de covid-19<sup>12</sup>. O fornecimento de soluções financeiras e de pagamentos acessíveis é de extrema relevância para os trabalhadores autônomos, independentemente se formalizados — com CNPJ — ou não.

**16,6MM**

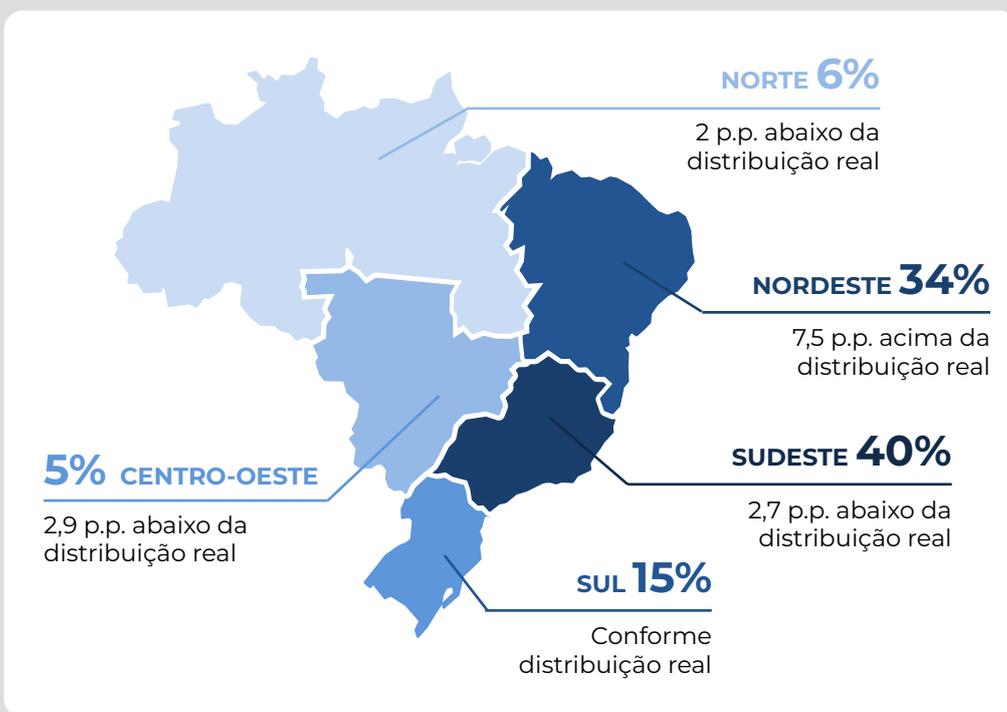
Relacionamentos com Clientes PF



Geograficamente, observa-se um perfil bastante similar ao de clientes PJ, com uma concentração nas regiões sudeste (40%) e nordeste (34%). Novamente, destaca-se que a proporção da participação no nordeste é significativamente superior à proporção de pessoas com 15 anos ou mais situadas nessa região (diferença de 7,5 pontos percentuais)<sup>13</sup>.

## Distribuição Regional dos Relacionamentos com Clientes PF

E comparativo com distribuição real de pessoas com 15 anos ou mais



<sup>9</sup> Um mesmo cliente pode ter relacionamento com mais de uma instituição analisada.

<sup>10</sup> Considerando os números do Censo Demográfico de 2022.

<sup>11</sup> Considerando pessoas de 14 anos ou mais que trabalhem por conta própria (com ou sem CNPJ), segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADc/IBGE).

<sup>12</sup> Análise do Instituto Brasileiro de Economia (IBRE/FGV).

<sup>13</sup> Considerando dados do Censo Demográfico de 2022.

Este estudo revela o amadurecimento da oferta de meios eletrônicos de pagamento, o que pode ser demonstrado pela franca expansão do setor de cartões e pela adoção de novas tecnologias de pagamento em atendimento às necessidades de varejistas e consumidores — a exemplo da ascensão do Pix e do desenvolvimento do *tap on phone*.

Além disso, a pesquisa ressalta a importância da regulação financeira na promoção da competição e da criação de um ecossistema favorável à inovação, com destaque para o registro de recebíveis e a criação de modelos simplificados de instituições financeiras para oferta de crédito digital.

Nesse cenário de consolidação, o desafio das instituições de pagamento e financeiras será conciliar crescimento, segurança, inovação constante e inclusão financeira. Não obstante, as perspectivas são positivas e, impulsionado por uma regulação eficiente, o setor estará preparado para acompanhar as novas tendências e definir novos padrões de excelência.

## ABIPAG<sup>®</sup>

A Associação Brasileira de Instituições de Pagamentos (ABIPAG) é uma associação sem fins lucrativos formada por instituições de pagamento e financeiras, que se desenvolveu após a abertura do mercado de meios eletrônicos de pagamento, à época da publicação da Lei 12.865/2013.

Com ampla participação nas mais diversas iniciativas do mercado, a ABIPAG tem sua atuação direcionada para a promoção da eficiência, isonomia, transparência e concorrência no setor. A partir de debates técnicos, a ABIPAG busca viabilizar o desenvolvimento do ecossistema financeiro e de pagamentos em prol dos usuários finais dos serviços – consumidores e varejistas.

### **Nathália Menezes**

Secretária Executiva

[contato@abipag.com.br](mailto:contato@abipag.com.br)



Somos um Network de firmas presente em mais de 150 territórios, com cerca de 320 mil profissionais dedicados à prestação de serviços de qualidade em auditoria e asseguração, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações.

### **Lindomar Schmoller**

Sócio e Líder de Serviços Financeiros

[lindomar.schmoller@pwc.com](mailto:lindomar.schmoller@pwc.com)

### **Willer Marcondes**

Sócio da Strategy& e Líder de Consultoria em Serviços Financeiros

[willer.marcondes@pwc.com](mailto:willer.marcondes@pwc.com)

### **Luiz Ponzoni**

Sócio e Líder de Consultoria em Risk Transformation

[luiz.ponzoni@pwc.com](mailto:luiz.ponzoni@pwc.com)

### **Luiz Guedes**

Diretor de Consultoria em Risk Transformation

[luiz.guedes@pwc.com](mailto:luiz.guedes@pwc.com)

### **Bruno Candea**

Gerente de Consultoria em Risk Transformation

[bruno.candea@pwc.com](mailto:bruno.candea@pwc.com)