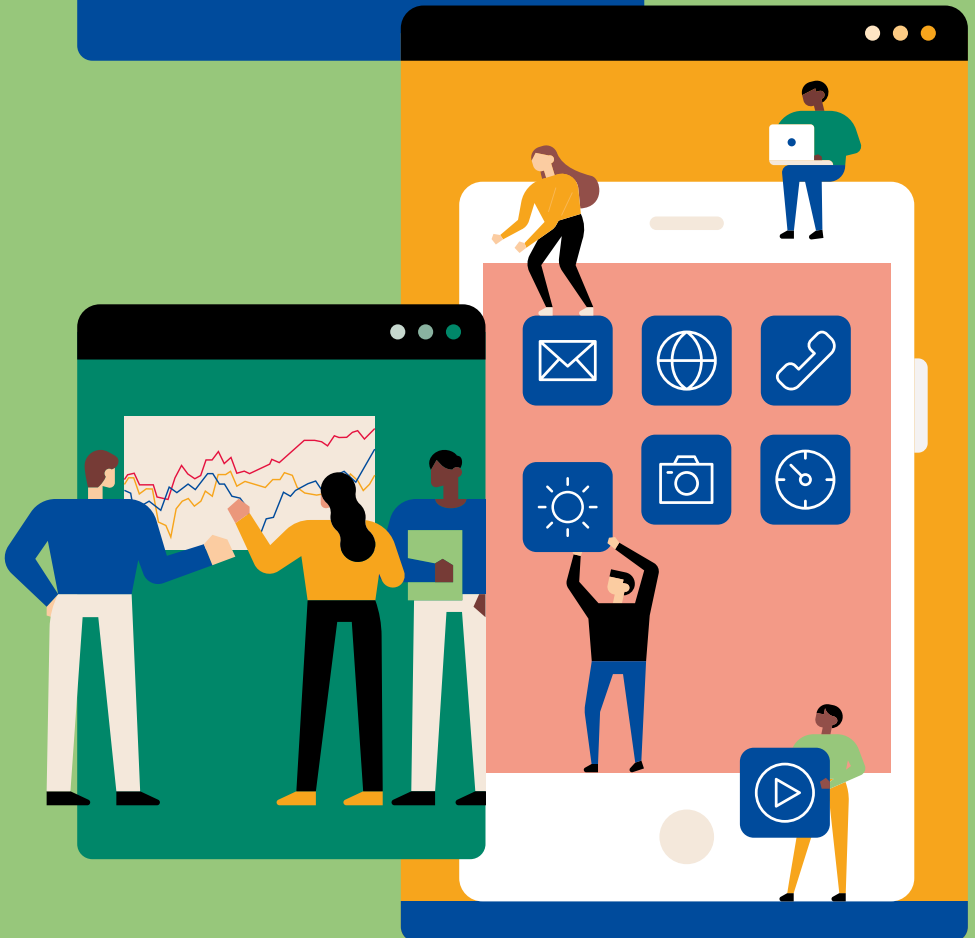


Zetta

# O papel da tecnologia na **recuperação econômica**





**N**EM TUDO NA VIDA acaba quando termina. Os séculos, por exemplo, insistem em ultrapassar os seus marcadores temporais e virar a esquina somente alguns anos adiante, depois de um grande evento global. Eric Hobsbawm dizia que o século XIX terminou com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, já em 1914. Não falta quem diga que o século XX, por sua vez, termina em 2020 com a eclosão da pandemia da COVID-19.

Uma pista de que talvez estejamos mesmo atravessando um momento de grandes transformações estruturais é a familiaridade com a qual passamos a nos referir ao que vem depois da crise sanitária causada pelo novo coronavírus como o “novo normal”. Seria o mundo “pós-pandemia” uma espécie de mundo “pós-guerra”?

Adivinhar o que vem pela frente é um exercício desafiador. Muitas das transformações impostas pelo combate ao novo coronavírus tenderão a desaparecer com a superação do estado de emergência,

enquanto outras certamente vieram para ficar. A notável aceleração do movimento de digitalização das mais diversas atividades é uma delas.

Governos, empresas e indivíduos passaram a contar cada vez mais com as tecnologias digitais para manter as suas atividades, em meio a um cenário de grandes incertezas. Foi a internet que manteve famílias conectadas durante o isolamento social. Foi a mesma internet que permitiu que sessões de julgamentos no Judiciário ou votações no Congresso seguissem em frente. Já no setor privado, foi a rede que permitiu que empresários se reinventassem migrando para o digital, e que o comércio eletrônico, que já vinha experimentando um crescimento progressivo no País, pudesse disparar mesmo diante de uma grave crise econômica.

A internet com a qual consumidores e empresários puderam contar no curso da pandemia também já não era mais aquela experimentada há pouco mais de uma década. Se em 2020 tivémos que entrar em

regime de quarentena, quem estava quarentenada na década anterior era a própria internet, disponível apenas a partir de terminais fixos, como computadores pessoais. A rede saiu das mesas e dos gabinetes pré-fabricados para ganhar a mobilidade dos aparelhos celulares e, assim, acompanhar os indivíduos em suas rotinas.

**Governos, empresas e indivíduos passaram a contar cada vez mais com as tecnologias digitais para manter as suas atividades**

## O Brasil é um país em que há mais telefones celulares do que habitantes

É a internet móvel que propicia que pessoas possam se comunicar, se informar e pagar por produtos e serviços onde quer que estejam. Esse é também o ponto de partida para entender a expansão do comércio eletrônico e dos meios de pagamento digitais. O Brasil é um país em que há mais telefones celulares do que habitantes e no qual, segundo revelam as pesquisas, cresce o papel do celular como principal meio de acesso à rede nos domicílios. Não deixa de ser simbólico então que um meio de pagamento digital tão ambicioso como o Pix tenha sido lançado durante a pandemia.

O estudo “O papel da tecnologia na recuperação econômica” representa uma importante contribuição da Zetta para jogar luz sobre esse cenário de transformações. O que o aumento das pesquisas na internet sobre “conta digital PJ” e “como fazer marketing digital” revelam sobre as intenções de empresários e consumidores? Como as incertezas sobre o futuro da pandemia afetaram a dinâmica dos empréstimos e o parcelamento de compras? Por que, mesmo com a crise econômica, a demanda por cartões de crédito em instituições digitais não diminuiu?

Não se sabe quando a crise econômica decorrente da pandemia da COVID-19 vai ser superada, mas parece seguro apostar que o “como” desse processo envolve um olhar cuidadoso sobre a intensa digitalização das mais diversas atividades. A exclusão digital ainda é um desafio relevante no Brasil, e ele deve levar em conta não apenas a

## Tempos de crise podem fomentar soluções extremas e a identificação de rotas de fuga miraculosas

que oscilam entre o salvacionismo e a condenação. Por sua vez, dados como os que são apresentados neste estudo – a partir de buscas na internet, diferentes perfis de empréstimo e números do comércio eletrônico e de pagamentos digitais – oferecem concretude à análise sobre como a tecnologia pode auxiliar empresas e indivíduos a atravessar um cenário de crise.

A saída da crise pode ter marcadores diversos, mas é apenas analisando como mudam os comportamentos e entendendo as engrenagens dessas transformações que poderemos separar o “novo excepcional”, cuja existência depende do cenário emergencial da pandemia, do “novo normal”, que traz consigo as mudanças sociais, econômicas e tecnológicas que marcarão este século que acaba de chegar.

### CARLOS AFFONSO SOUZA

Professor da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS Rio). Pesquisador afiliado ao Information Society Project, da Yale Law School.

quantidade de brasileiros conectados, mas também a qualidade desse acesso.

Tempos de crise podem fomentar soluções extremas e a identificação de rotas de fuga miraculosas. A tecnologia da informação, no que lhe toca, também é objeto de percepções

### EDITORIAL 2

## A Tecnologia

Durante os últimos anos a tecnologia vinha modificando a localização do impossível, a cada ano, sempre para um pouco mais além, especialmente em razão de um ambiente regulatório amistoso com relação à inovação.

Com efeito, a tecnologia já vinha revolucionando o sistema financeiro brasileiro bem antes da pandemia, mas foi necessário manter um aparato regulatório de boa qualidade para que o esforço empresarial resultasse em materializar as possibilidades da tecnologia.

A chamada “lei dos arranjos” de 2013, expandiu o SPB – Sistema de Pagamentos Brasileiro -, para bem além do que se era possível vislumbrar em 2000, quando o SPB foi oficialmente criado. Poucos perceberam que o sistema financeiro brasileiro tinha ali uma espécie de novo começo.

A lei dos arranjos e a regulamentação que se seguiu consagrou a harmonia entre o concorrencial e o prudencial,



bem evidenciada pela aproximação entre o BCB e o CADE na promoção de um ambiente de concorrência no sistema financeiro. Nada mais essencial para empresas e consumidores.

A lei dos arranjos também consagrou princípios, novos e velhos.

Ficaram destacadas nos anos que se seguiram: (i) as prioridades para solidez, eficiência e confiabilidade; (ii) a prioridade ao usuário, conforme atestado pelo primado da experiência do cliente e pela ênfase na inclusão, e por fim, ficaram consagrados (iii) princípios novos, especialmente pertinentes ao mundo da tecnologia, como a interoperabilidade e a neutralidade.

Ao amparo desse novo arcabouço as autoridades abriram o sistema financeiro para a inovação tecnológica, trouxeram para o jogo muitas empresas novas, de vários tamanhos e colocaram o Brasil na fronteira global da digitalização.

O crescimento das contas de pagamento, das IPs (instituições de pagamento), bem como a introdução do PIX, são feições concretas das inovações que a tecnologia pode trazer para o

sistema financeiro e sobretudo para o benefício do usuário: a população entende e aprecia o resultado de dosagens elevadas de concorrência e inclusão, quando combinadas à tecnologia e capacidade empresarial, e pede mais.

Em meio a essas tendências maiores, todavia, o ano de 2020 trouxe desafios muito singulares. De um lado, o prosseguimento da vida econômica em formato novo, sem aglomerações, trouxe para muitos setores um imperativo de redefinição e de soluções na digitalização de atividades e processos.

O crescimento do comércio eletrônico é perceptível, bem como as inúmeras novas formas de socialização e encontro através da internet, tudo isso impactando profundamente o mundo do trabalho.

De outro lado, a crise trouxe um desafio inteiramente novo para as autoridades econômicas, pois os problemas não eram mais como os da crise sistêmica de 2008, localizada em algumas grandes instituições financeiras com problemas, mas com milhões, ou dezenas de milhões de pessoas e empresas de todo tamanho que se queria alcançar com auxílios emergenciais, transferências diretas e linhas de crédito.

Jamais as autoridades monetárias tiveram um desafio como esse, de alcançar o varejo, e de chegar a dezenas de milhões de “clientes” de forma quase que individualizada. Entretanto, desta vez, as autoridades contavam com recursos tecnológicos também inéditos.

Os auxílios emergenciais brasileiros atingiram dezenas de milhões, e quantidades comparáveis foram alcançadas com as complementações nos acordos com redução de jornada e com linhas de crédito distribuídas pela rede bancária.

Uma vez mais a tecnologia afastou o impossível.

E em novembro o PIX foi para a rua, outro empreendimento gigante, com vastos efeitos sobre o sistema de pagamento, e abrindo novas possibilidades para as políticas públicas.

É preciso que se mantenha a relação virtuosa entre tecnologia, regulação e prioridade ao usuário.



**GUSTAVO FRANCO**

Economista, professor  
da PUC-Rio



## Apresentação

A Zetta é uma associação criada por empresas de tecnologia com atuação no setor financeiro e de meios de pagamentos

utilizando-se fortemente dos recursos tecnológicos para promoção da competitividade e levar aos seus clientes serviços mais simples e descomplicados. Todas com o mesmo objetivo: proporcionar liberdade de escolha para pessoas e empresas assumirem o controle e tomarem suas próprias decisões em relação ao seu dinheiro e o destino de seus dados.

A Zetta foi fundada pelo Nubank, Mercado Pago e Google. Hoje também conta com o Banco Inter, Credits, Grupo Movic, Hash e Iugu como associados, representando quantitativa e qualitativamente a diversidade de players tecnológicos atuando no setor regulado pelo Banco Central do Brasil.

Dessa forma, a Zetta representa um setor de companhias reguladas até hoje indiretamente representado pelas associações tradicionais do segmento, complementando a visão delas e buscando colaborar com o regulador e a sociedade brasileira para potencializar o impacto da tecnologia no setor financeiro e de meios de pagamentos.

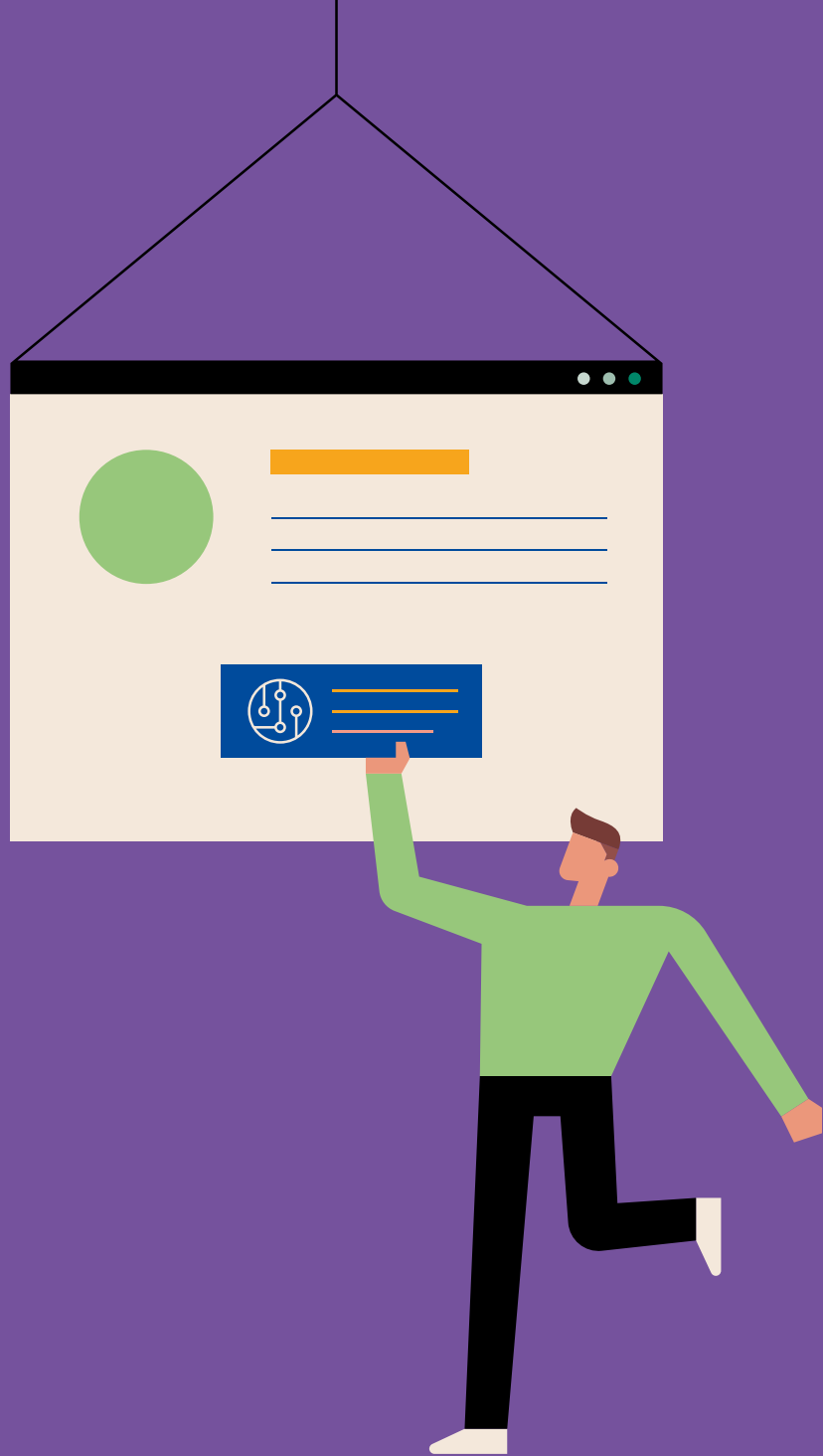
Consideramos que o Banco Central tem tido um papel fundamental de promover a inovação e a competitividade no setor financeiro. A Agenda BC# é um norte importante do incentivo que tem sido dado ao uso da tecnologia neste setor e, portanto, acreditamos no alinhamento de propósitos quanto ao futuro do sistema financeiro e de pagamentos. É exatamente isso que os membros da Zetta fazem: colocam em prática o futuro dos serviços financeiros de maneira clara e transparente, por meio do uso responsável da tecnologia.

A Zetta também defende a promoção da digitalização dos serviços financeiros, da redução de burocracias e trabalha para que a inovação e a competição não encontrem barreiras.

E a realização de pesquisas e análises é parte fundamental deste trabalho. Este primeiro estudo visa mostrar como as empresas de tecnologia com foco em serviços financeiros atuaram antes, durante e após a primeira onda da COVID-19 no Brasil, bem como analisar o cenário econômico neste período.

O material aqui apresentado é fruto desta parceria e conta com a cessão de dados de parte das associadas.





## Sumário





A pandemia do covid-19  
**afetou de forma  
profunda a trajetória  
econômica** no Brasil.

**PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)** do primeiro trimestre de 2020, por exemplo, caiu 1,5%, já refletindo o impacto da COVID-19 e das primeiras medidas de distanciamento social adotadas a partir de meados de março. De acordo com o Relatório de Mercado Focus, a expectativa para o PIB de 2020 permaneceu em retração de 4,8%.

No início, a taxa de desemprego não deu sinais de que acompanharia o tamanho da crise, contrariando as análises de cenário que já consideravam um crescimento deste índice já que muitas pessoas não podiam sair à procura de emprego em função da quarentena. No entanto, como era de se esperar, o desemprego aumentou e chegou a 14,4% no trimestre encerrado em agosto, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Sobre este tema, o presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto, afirmou recentemente que o mercado de trabalho não terá recuperação

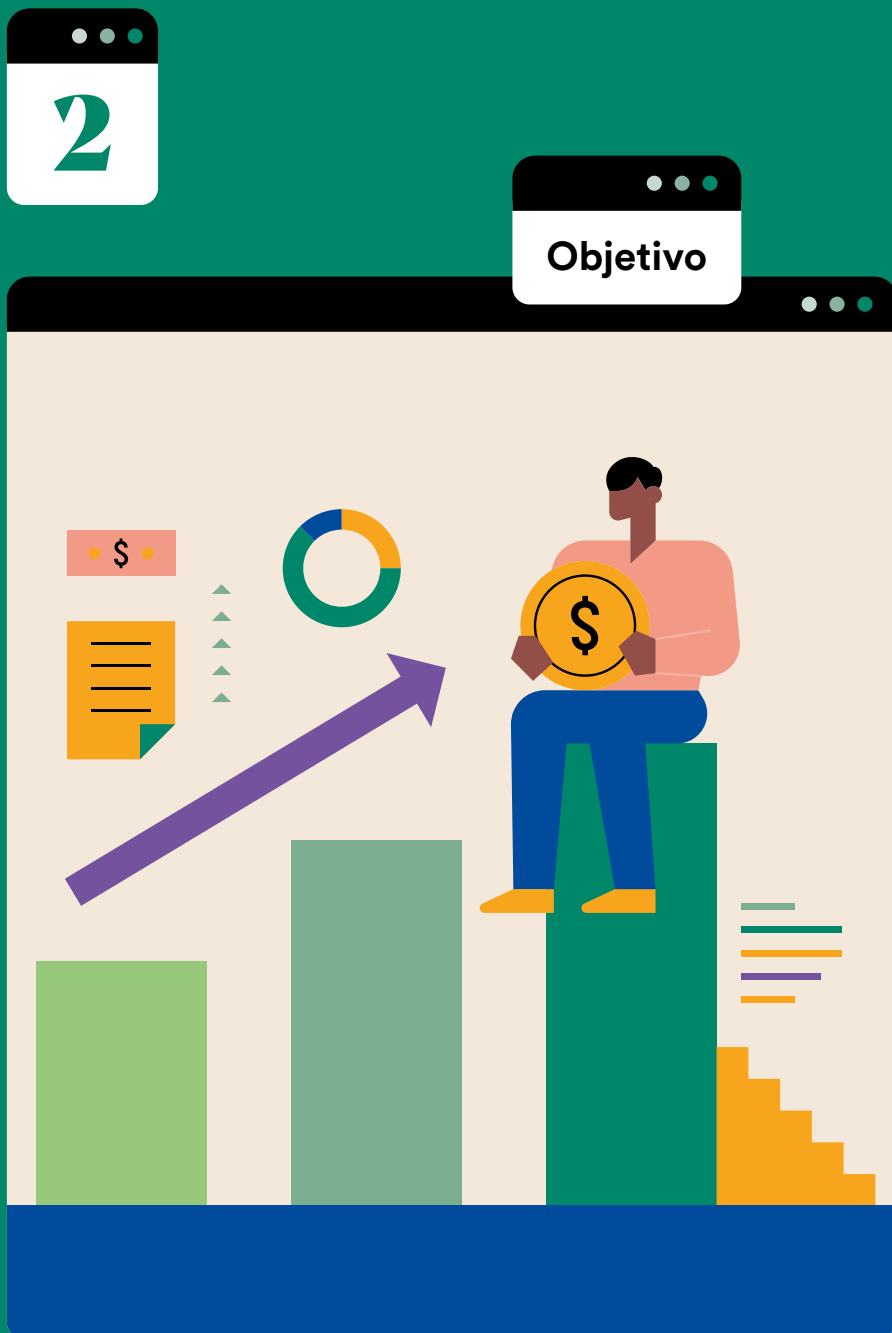
tão rápida quanto a da atividade econômica após a pandemia do novo coronavírus. **“O consumo está se recuperando e o PIB também, mas o mercado de trabalho não. Isso porque a tecnologia avançou tão rapidamente que não deu tempo de alocar os trabalhadores em algum lugar”<sup>1</sup>**, destacou.

**O desemprego aumentou e chegou a 14,4% no trimestre encerrado em agosto**

<sup>1</sup>  
**FONTE:**  
GARCIA, Larissa. Tecnologia vai retardar recuperação do emprego, diz presidente do Banco Central. Folha de São Paulo, São Paulo, 9 de nov. de 2020. Disponível em: [Folha](#). Acesso em: 30 de novembro de 2020.



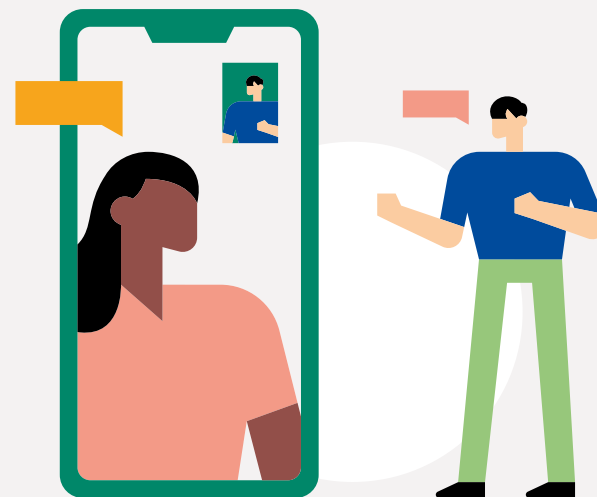
A tecnologia tem sido fundamental nesse sentido por ter modernizado processos, reduzido custos e democratizado o acesso à informação e a serviços. Inovações como as contas digitais, Pix e o incremento do comércio eletrônico são apenas algumas demonstrações de como a tecnologia tem auxiliado na retomada da economia, uma vez que eliminam fricções e tornam muitos processos mais ágeis.



Mostrar a participação das empresas de tecnologia, que participaram desta pesquisa, no **processo de retomada do crescimento econômico.**



## Por dentro do pensamento de empreendedores e consumidores



O isolamento social impôs não somente uma restrição de locomoção para a população, mas, sobretudo, **uma restrição de trabalho** para muitos empreendedores brasileiros.

**A** **MEDIDA QUE O** isolamento se estendia, os empreendedores sentiam a urgência de buscar alternativas para seus negócios. Algumas dessas mudanças ocorreram por necessidade, pois foi a única solução, naquele momento, para seus negócios sobreviverem à pandemia. Outras simplesmente anteciparam e colocaram em prática um projeto que estava previsto para o futuro. A COVID-19 obrigou as empresas a se reinventarem e a repensarem seus modelos de negócio.

②

FONTE:  
[Google Trends](#)

No **Gráfico 1**, ao analisarmos por meio do **Google Trends**<sup>2</sup> o interesse por “conta digital PJ”, nota-se que em agosto de 2020 houve recorde de busca na série histórica, iniciada em janeiro de 2004. Além disso, ao compararmos junho de 2020 a agosto de 2019, identificamos um aumento de 104,1% nas buscas pelo produto.

É importante ressaltar que os números apresentados nos gráficos a seguir representam

- ● ● o volume de busca em relação ao termo pesquisado. Em uma escala de zero a 100, um valor de 100 representa o pico de popularidade do termo, enquanto um de 50 demonstra

**A COVID-19 obrigou as empresas a se reinventarem e a repensarem seus modelos de negócio**

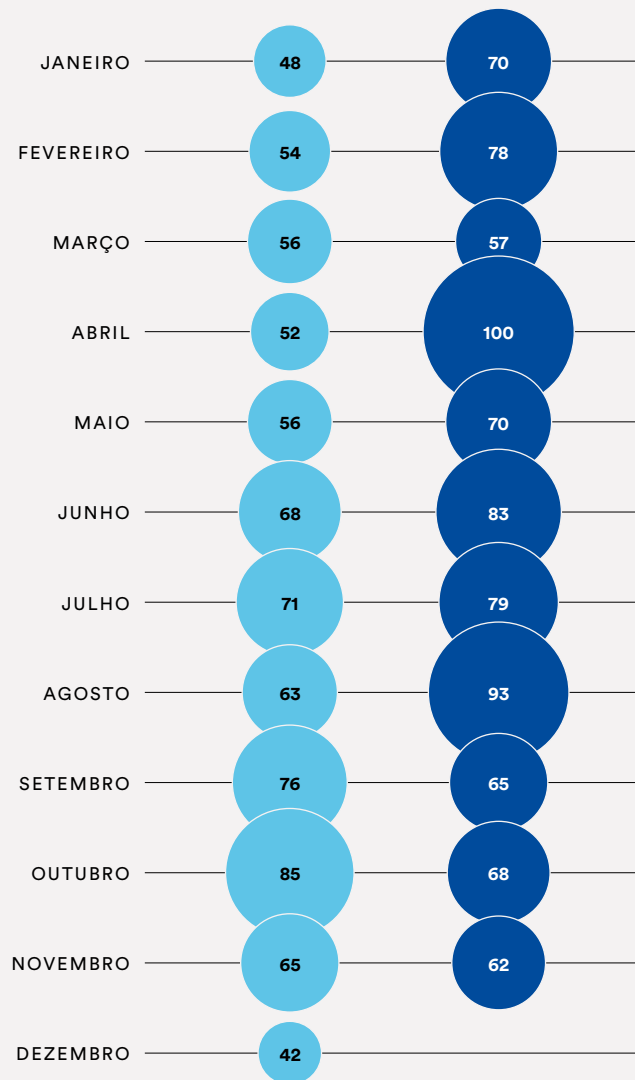


metade do interesse por ele e zero significa que não houve dados suficientes para esta busca.

Outro resultado que evidencia a aceleração do comportamento de empreendedores é o crescimento de 72,4% nas buscas por “MEI pela internet” em abril de 2020 em relação às buscas realizadas em abril de 2019. O **Gráfico 2** mostra que já havia uma tendência crescente nas buscas pelo termo – possivelmente amplificada pela pandemia. Além disso, as buscas por “microempreendedor individual” bateram recorde em abril de 2020, alcançando o maior resultado dos últimos 16 anos.

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020



FONTE: Elaboração própria

Curiosamente, o oitavo assunto mais buscado junto com a palavra “MEI” em 2020 foi “empréstimo”. A pesquisa pelo termo “empréstimo mei” aumentou 809,1% em abril de 2020 versus o mesmo período de 2019, refletindo o impacto da pandemia na renda do brasileiro – indivíduo e empreendedor. Por um lado, muitas pessoas se depararam com a necessidade de se tornar microempreendedores individuais como forma alternativa de renda. Por outro, muitos empreendedores precisavam de empréstimos para manter seu negócio – sobretudo, os de menor porte, com menos recursos disponíveis.

③

**FONTE:** MATTOS, Adriana. Varejo digital faz R\$ 100 bi na pandemia. Valor Econômico, São Paulo, 11 de nov. de 2020. Disponível em: [Valor Econômico](#). Acesso em: 30 de nov. de 2020.

Com o isolamento social, o micro empresário se deparou também com o desafio de reinventar o seu negócio. Em função dessa necessidade, identificamos um aumento de 164,5% nas buscas por “como fazer marketing digital” em junho de 2020 frente a junho de 2019. O mesmo ocorreu com a pesquisa sobre “como vender online”, com

aumento de 163,2% em julho de 2020 em relação a julho de 2019. Em outras palavras: o comércio eletrônico parecia ser a resposta, **conforme levantamento<sup>3</sup>**, que mostra um resultado inédito na escala de vendas no varejo após os primeiros meses de pandemia.

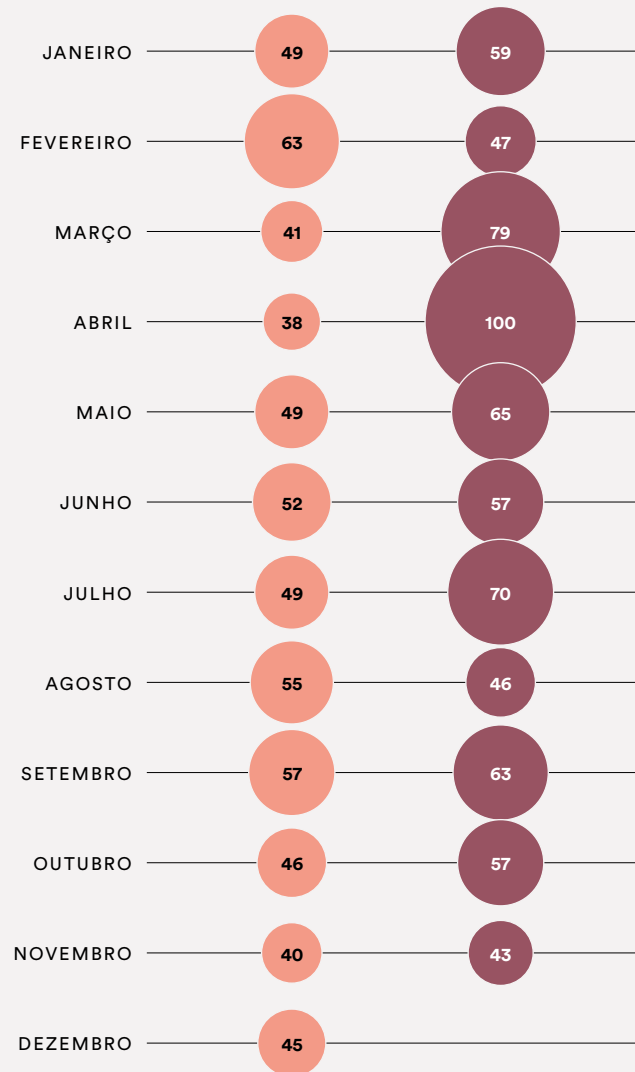
● ● ●

**Muitos empreendedores precisavam de empréstimos para manter seu negócio – sobretudo, os de menor porte**

GRÁFICO 2 - "MEI PELA INTERNET"

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020

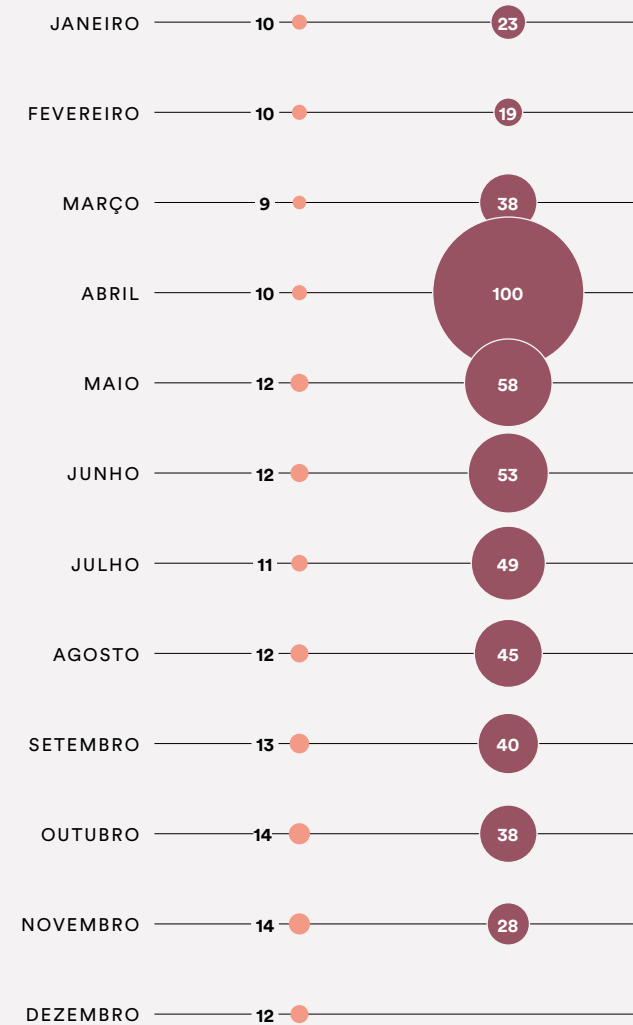


FONTE: Elaboração própria

GRÁFICO 3 - "EMPRÉSTIMO MEI"

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020



FONTE: Elaboração própria

④

FONTE:  
ABComm

De acordo com a **ABComm**<sup>4</sup>, 80 mil novas lojas virtuais foram abertas em março de 2020 e no mês seguinte foi identificado um aumento de 47% em compras online – evidenciando a mudança de comportamento do brasileiro que passou a comprar mais pela internet do que presencialmente durante a quarentena. No total, entre março e abril, foram feitos 25 milhões de pedidos em quatro mil lojas virtuais e o número de clientes que realizaram pelo menos uma compra online subiu para um milhão. O e-commerce foi o setor que mais se destacou nos últimos meses, impulsionado pelo novo padrão de consumo mencionado.

No entanto, não foram apenas os empreendedores que buscaram suporte no universo digital durante o isolamento social. O consumidor também se adaptou. A busca por “cartão de crédito digital”, que já estava em uma crescente ano a ano, aumentou 150% em agosto de 2020 em relação

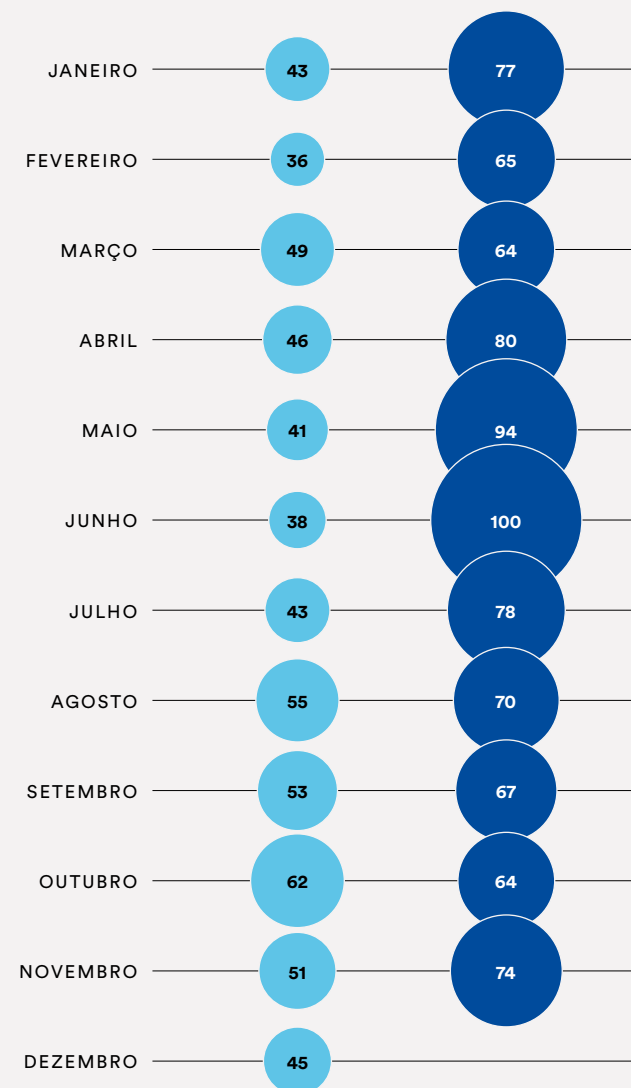
ao mesmo período do ano anterior. Além disso, a procura por “como abrir conta digital/ como fazer conta digital” foi 12 vezes superior em 2020 quando comparada a 2019, assim como a pesquisa por “poupança”, que apresentou pico em abril de 2020, aumentando 212,5% em relação ao mesmo mês de 2019.

**O e-commerce foi o setor que mais se destacou nos últimos meses, impulsionado pelo novo padrão de consumo mencionado**

GRÁFICO 4 - “COMO FAZER MARKETING DIGITAL”

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020



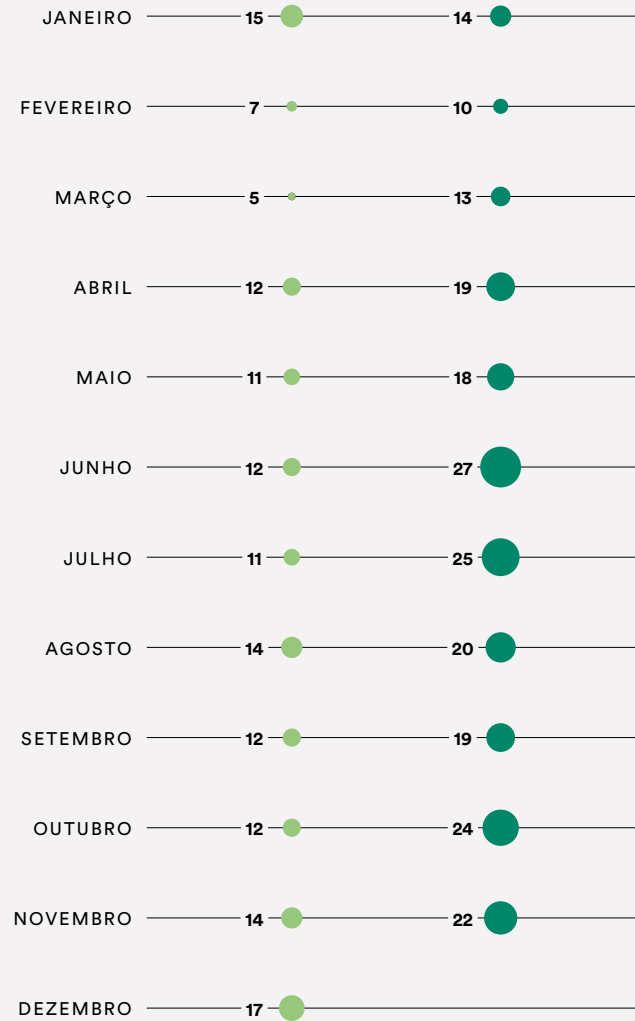
FONTE: Elaboração própria



GRÁFICO 5 - "CARTÃO DE CRÉDITO DIGITAL"

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020

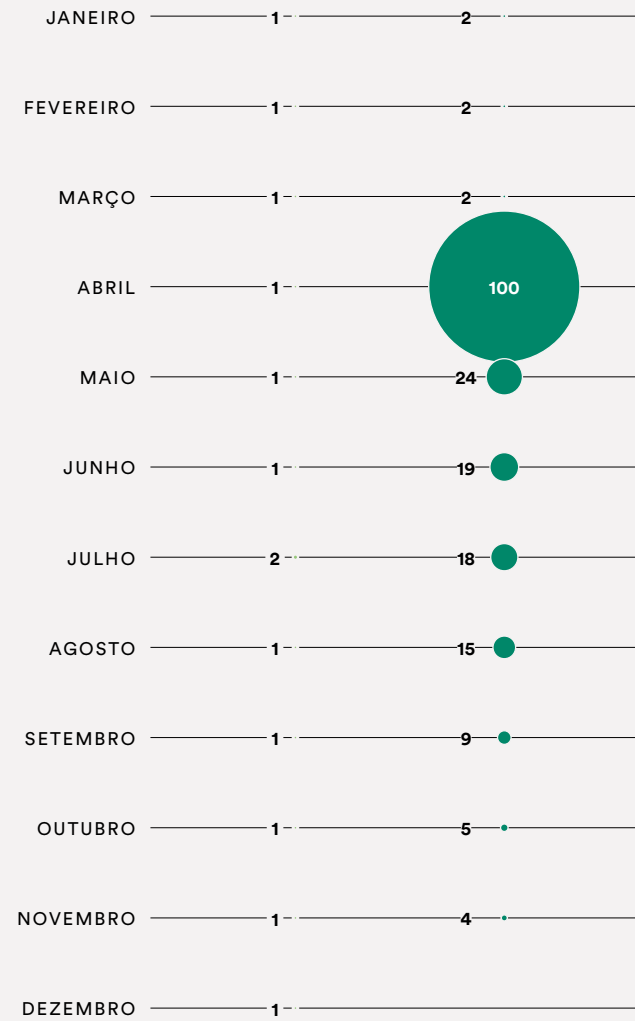


FONTE: Elaboração própria

GRÁFICO 6 - "COMO ABRIR CONTA DIGITAL"

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

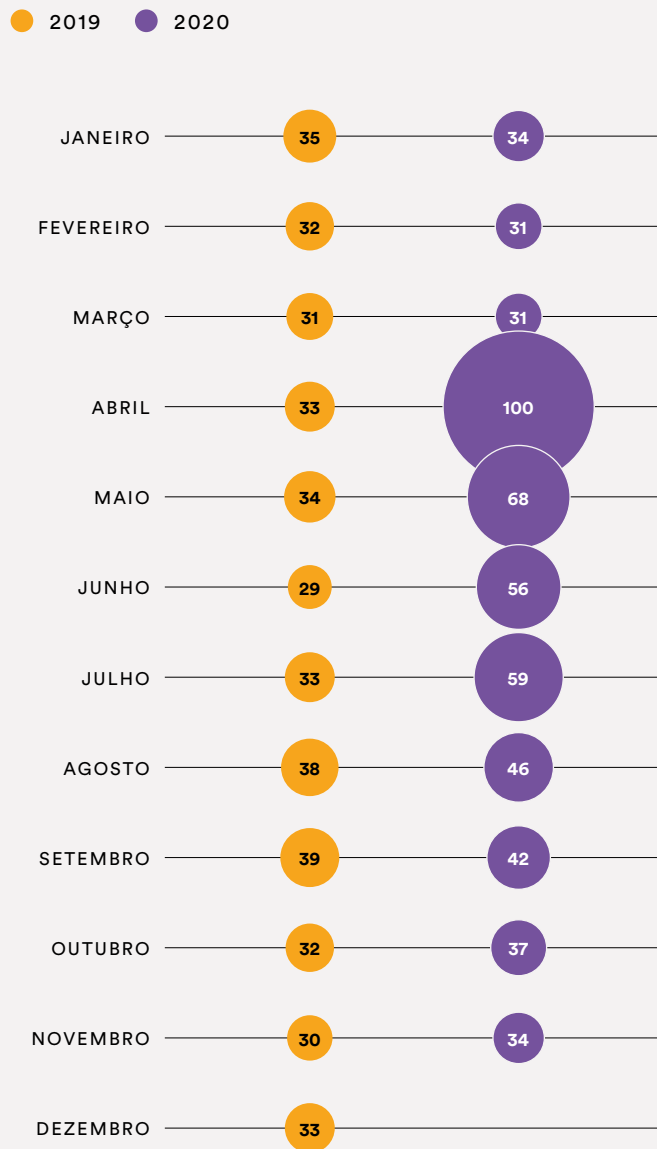
● 2019 ● 2020



FONTE: Elaboração própria

GRÁFICO 7 - "POUPANÇA"

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100



FONTE: Elaboração própria



Por dentro

A busca por “supermercado online” também atingiu seu pico em março de 2020, aumentando 525% em relação ao mesmo período de 2019. A procura por “como fazer compras online” também teve seu ápice em maio de 2020, crescendo 334,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

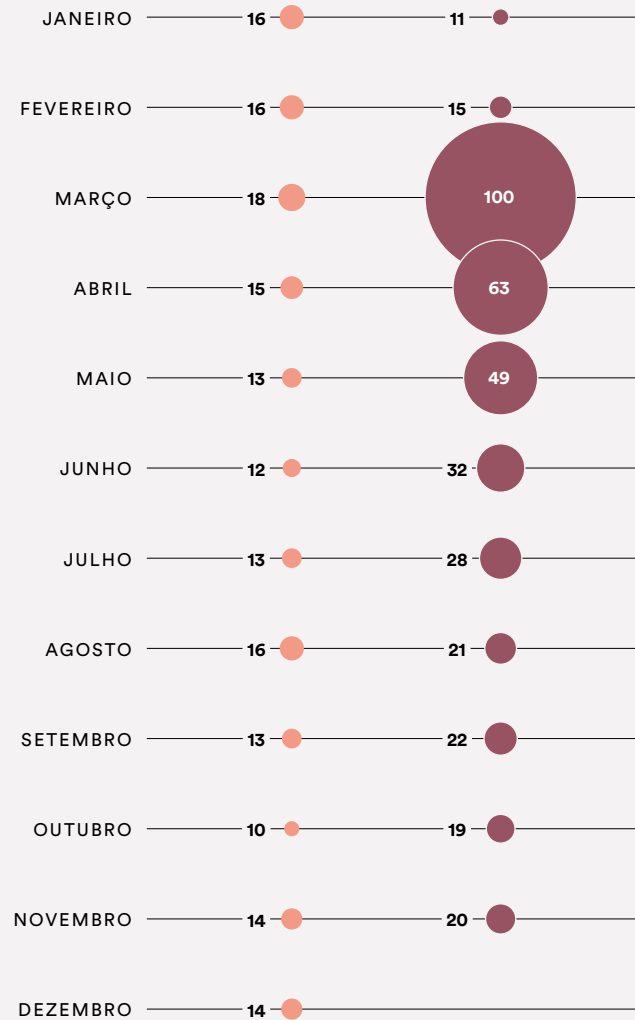
**A procura por “como fazer compras online” também teve seu ápice em maio de 2020**

Além de ter acelerado a abertura de lojas na internet, o isolamento social também atraiu novos consumidores para o comércio eletrônico.

GRÁFICO 8 - SUPERMERCADO ONLINE

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020

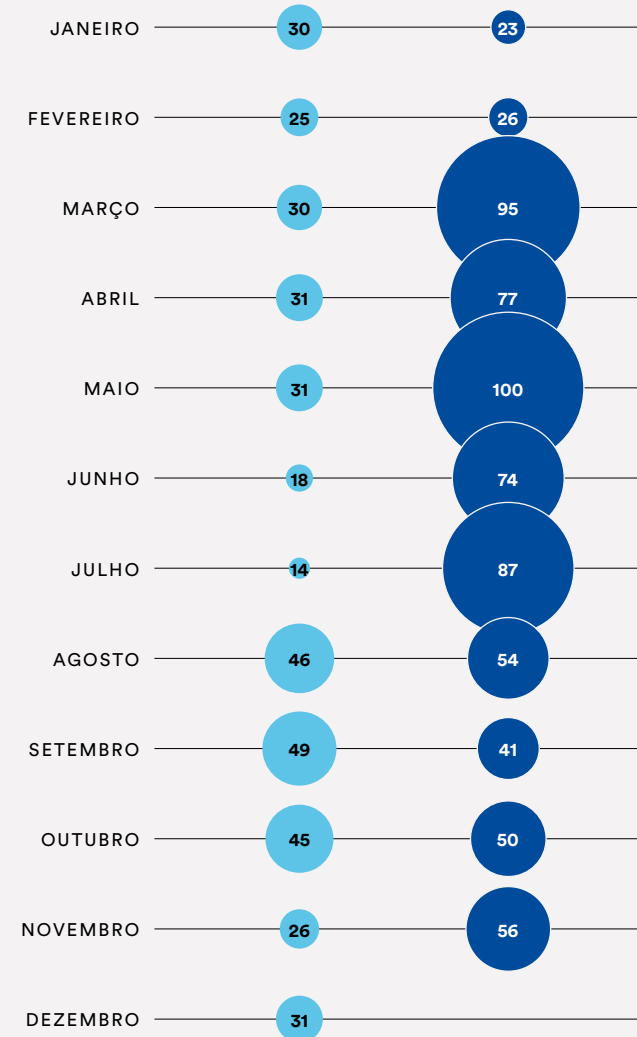


FONTE: Elaboração própria

GRÁFICO 9 - COMO FAZER COMPRAS ONLINE

## Popularidade do termo em buscas na internet, de 0 a 100

● 2019 ● 2020



FONTE: Elaboração própria

Por dentro



Os dados apresentados até aqui trazem as tendências para empreendedores e consumidores. Apesar disso, **uma busca na internet significa apenas uma intenção** – não necessariamente uma atitude.

**N**ESTA SEÇÃO, O INTUITO é descobrir o que, de fato, empreendedores e consumidores colocaram em prática para sobreviver à pandemia, e como as empresas de tecnologia auxiliaram neste processo – seja por meio da abertura de contas digitais, pela oferta de crédito para o negócio, cartões de crédito digitais, ou por outros produtos e serviços.

Ao analisarmos os dados das empresas de tecnologia que participaram do estudo sobre a proporção do destino dado aos recursos de empréstimos com garantia de automóvel no **Gráfico 10**, nota-se que, de março para abril de 2020, há um salto de 3,6 p.p. no direcionamento para empresários. Se compararmos com o mesmo mês do ano anterior, nota-se um aumento de 5,8 p.p.

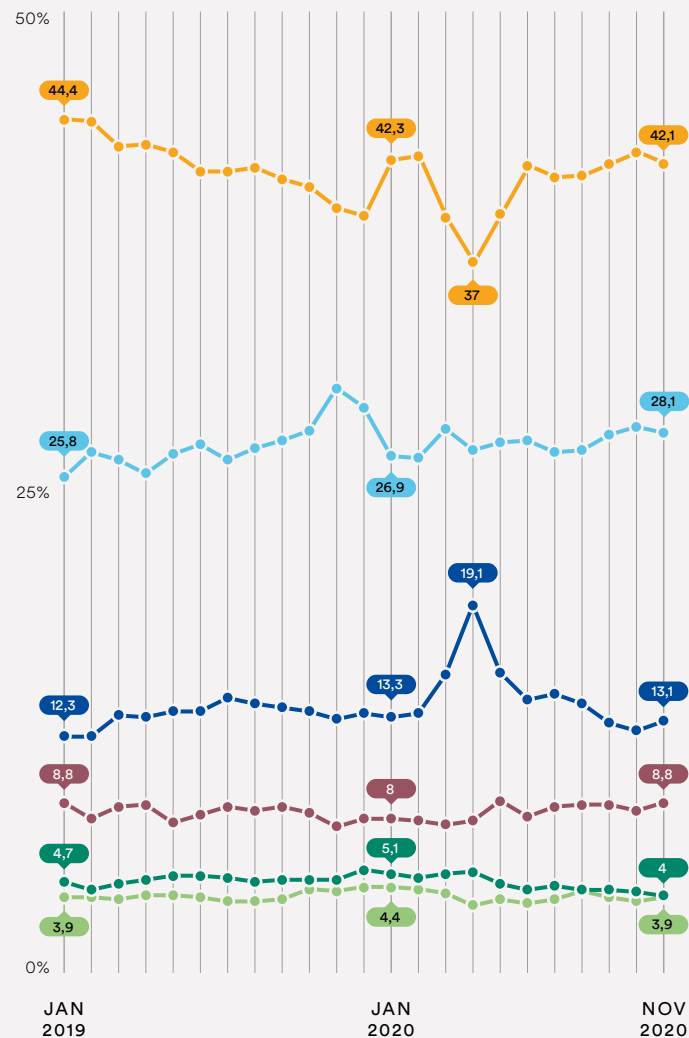
Interessante constatar que a proporção de empréstimo para autônomos não sofreu uma alta demanda e aversão ao risco deste segmento diante da incerteza do cenário econômico. Fator que pode ser atribuído a diversos pontos, como alta demanda e uma menor disponibilidade das instituições em fornecer crédito, diante da incerteza do cenário econômico. Quando comparamos abril de 2020 com abril de 2019, nota-se aumento tímido de 1,2 p.p. na proporção de empréstimos para autônomos.

**A proporção de empréstimo para autônomos não sofreu uma grande alteração com a pandemia**

GRÁFICO 10 - EMPRÉSTIMO

## Destino do crédito com garantia de automóvel, em %

CLT Autônomo Empresário Funcionário Público  
Freelancer Aposentado



FONTE: Elaboração própria

Além disso, o **Gráfico 11** mostra a proporção da duração dos empréstimos com garantia de automóveis. Em março de 2020, 29,9% dos empréstimos tinham duração de 36 meses. Em abril de 2020 este número saltou para 51,3%, movimento este que se seguiu nos meses de maio e junho, com 52,7% e 55,4% do total, respectivamente. Apesar disso, é possível que o movimento mais relevante seja o de que, a partir de abril de 2020, a proporção de empréstimo de até 24 meses tenha diminuído, dando lugar para os de maior duração aos clientes das empresas de tecnologia que fazem parte da Zetta. Este é um reflexo da necessidade de alongamento das dívidas, devido à incerteza econômica.

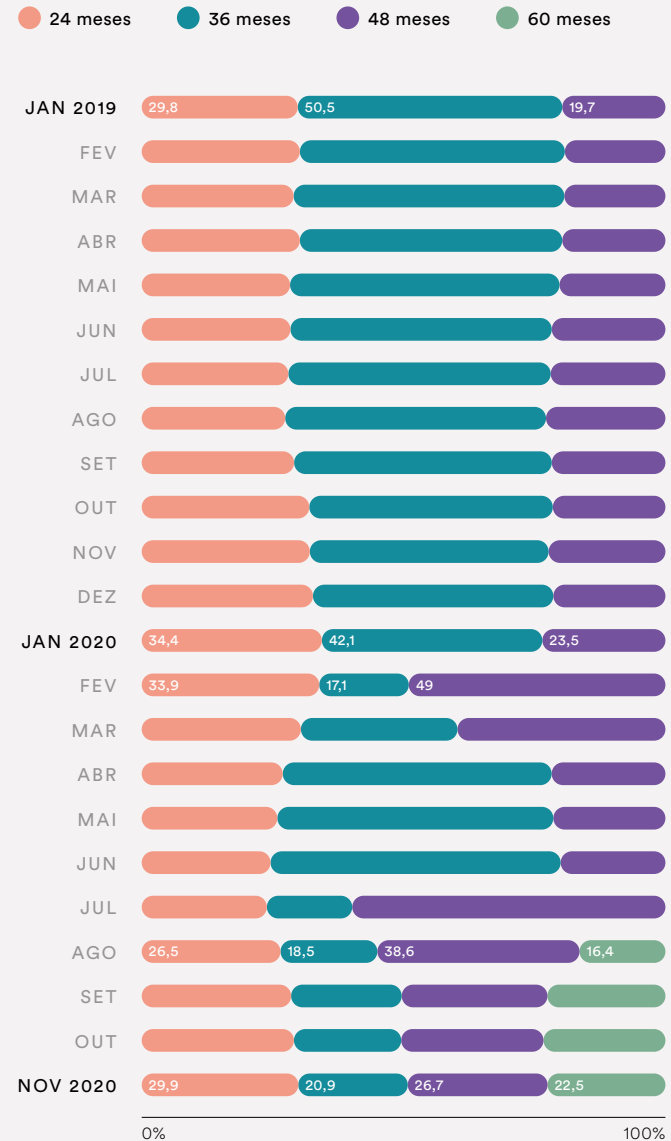
Quando analisamos o **Gráfico 12**, que mostra a proporção do destino dado aos recursos de empréstimos com garantia de imóvel, nota-se novamente um aumento para empresários na proporção de março a abril. Em março deste ano, 29,9% dos empréstimos foram destinados a eles, representando a maior proporção desde janeiro de 2019. Ainda assim, em abril de 2020, essa proporção foi de 33,5% do total de empréstimos. Ao compararmos abril de 2019 com o mesmo período de 2020, é possível notar um

aumento de 9,2 p.p na proporção de empréstimo para empresários. Ou seja, vemos novamente a necessidade de liquidez dos empreendedores mediante a pandemia. Ao analisarmos empréstimos para autônomos e empresários, identificamos um aumento de 1,0 p.p de março para abril de 2020 e de 1,9 p.p de abril de 2019 frente a abril de 2020.

● ● ●  
**Este é um reflexo da necessidade de alongamento das dívidas, devido à incerteza econômica**

GRÁFICO 11 - EMPRÉSTIMO

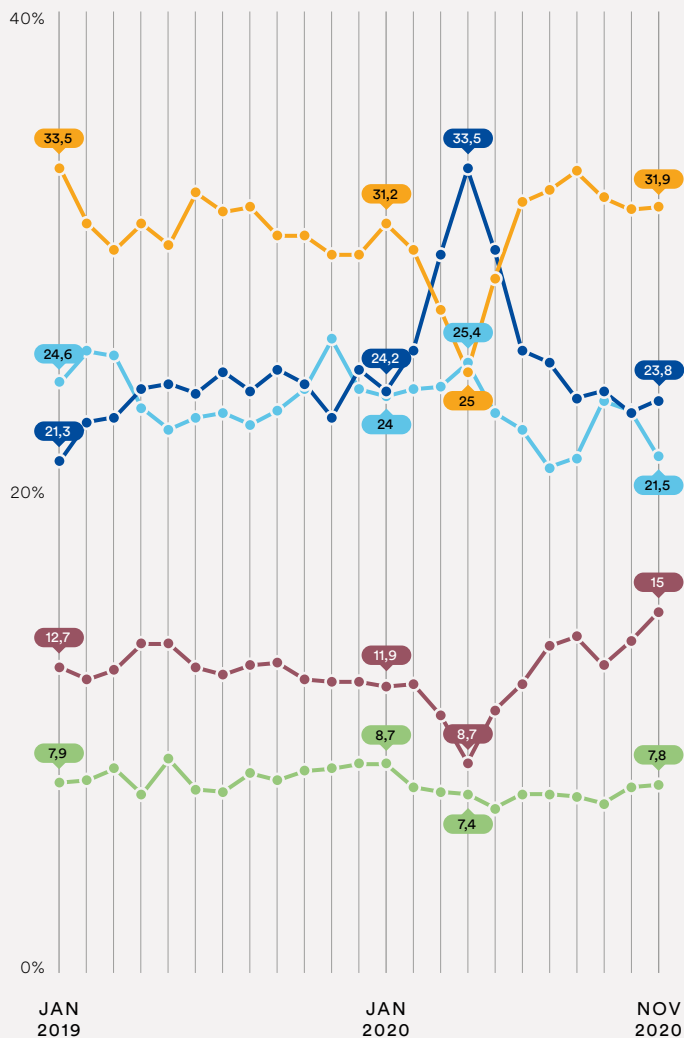
## Duração do crédito com garantia de automóvel, em %



FONTE: Elaboração própria

## Destino do crédito com garantia de imóvel, em %

CLT    Autônomo    Empresário  
 Funcionário Público    Aposentado



FONTE: Elaboração própria

Além disso, o **Gráfico 13** mostra a proporção da duração dos empréstimos com garantia de imóveis. Importante ressaltar que até outubro de 2019 não havia a modalidade de empréstimo de 240 meses (20 anos). E, em março e abril deste ano, no começo da pandemia, a oferta deste produto foi suspensa, em função da incerteza econômica. Portanto, é natural esperar que haja uma demanda maior por alongamento do prazo de pagamento do empréstimo. É interessante notar que, em junho de 2020, quando o empréstimo com duração de 240 meses volta a ser oferecido, 13% são do tipo de maior duração. No mês seguinte, este número salta para 52,8% e, nos meses subsequentes, permanece em torno de 50%, considerando o total de todos os empréstimos.

Utilizamos também outros dados das empresas de tecnologia associadas que mostram a distribuição por tipo de empréstimo para empresas ao longo do tempo, no intuito de analisarmos por diversos ângulos o comportamento dos clientes. É possível notar que,

É natural esperar que haja uma demanda maior por alongamento do prazo de pagamento do empréstimo

no primeiro trimestre de 2019, o empréstimo com imóvel de garantia, também conhecido como *home equity*, representava 60% do total de empréstimos e, no mesmo período de 2020, esse percentual caiu para 48%. Além disso, no terceiro trimestre deste ano, esse percentual caiu ainda mais, atingindo 36% do total.

**A antecipação de recebíveis de fornecedores de grandes empresas representava apenas 9% do total de empréstimos**

Já no primeiro trimestre de 2019, a antecipação de recebíveis de fornecedores de grandes empresas representava apenas 9% do total de empréstimos. Esse percentual apresentou crescimento expressivo, chegando a 33% do total no terceiro trimestre de 2020. A expectativa, que se confirmou, era de que, com o isolamento social e a necessidade de crédito para garantir a sobrevivência das empresas, a demanda por crédito relacionada à antecipação de recebíveis aumentasse. O resultado está no salto, por exemplo, de 23% no segundo trimestre de 2020 para 33% no trimestre seguinte do mesmo ano.

Desta forma, explica-se o aumento na necessidade de financiamento das empresas, comprovada pelos dados do **Gráfico 14**.

É curioso notar que a proporção de empréstimo para capital de giro apresenta baixa variabilidade

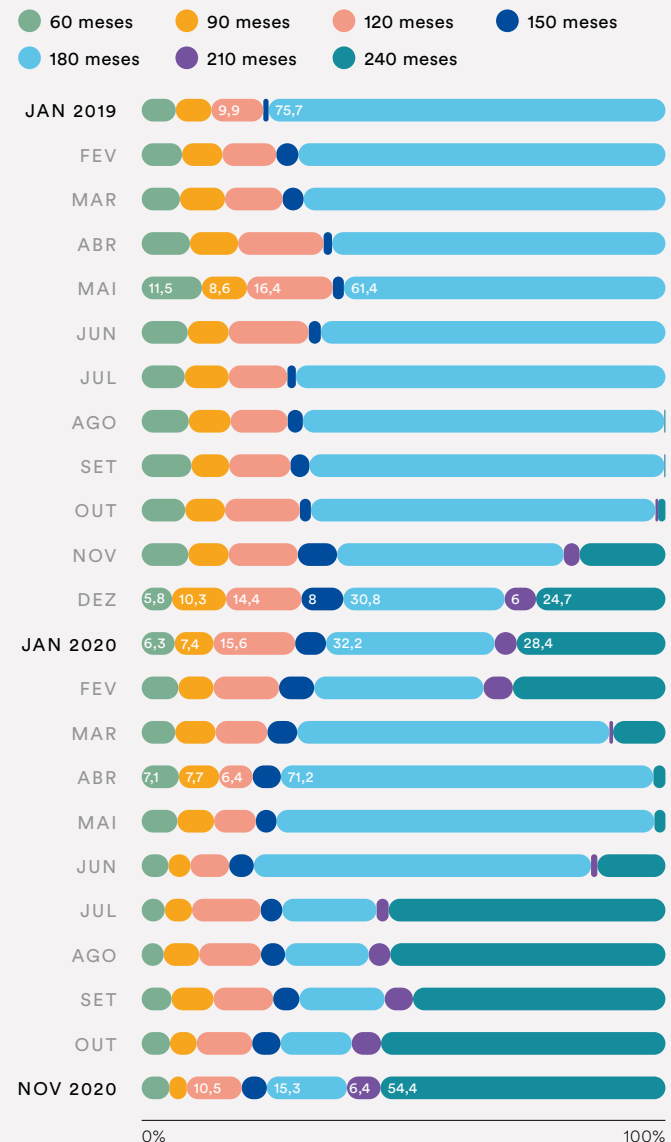
mesmo durante a pandemia.



Na verdade, houve uma pequena queda na proporção, saindo de 22% nos dois primeiros trimestres de 2019 para 19% no mesmo período de 2020 (provavelmente puxada por desligamentos, revisões contratuais, entre outros fatores).

GRÁFICO 13 - EMPRÉSTIMO

## Duração do crédito com garantia de imóvel, em %

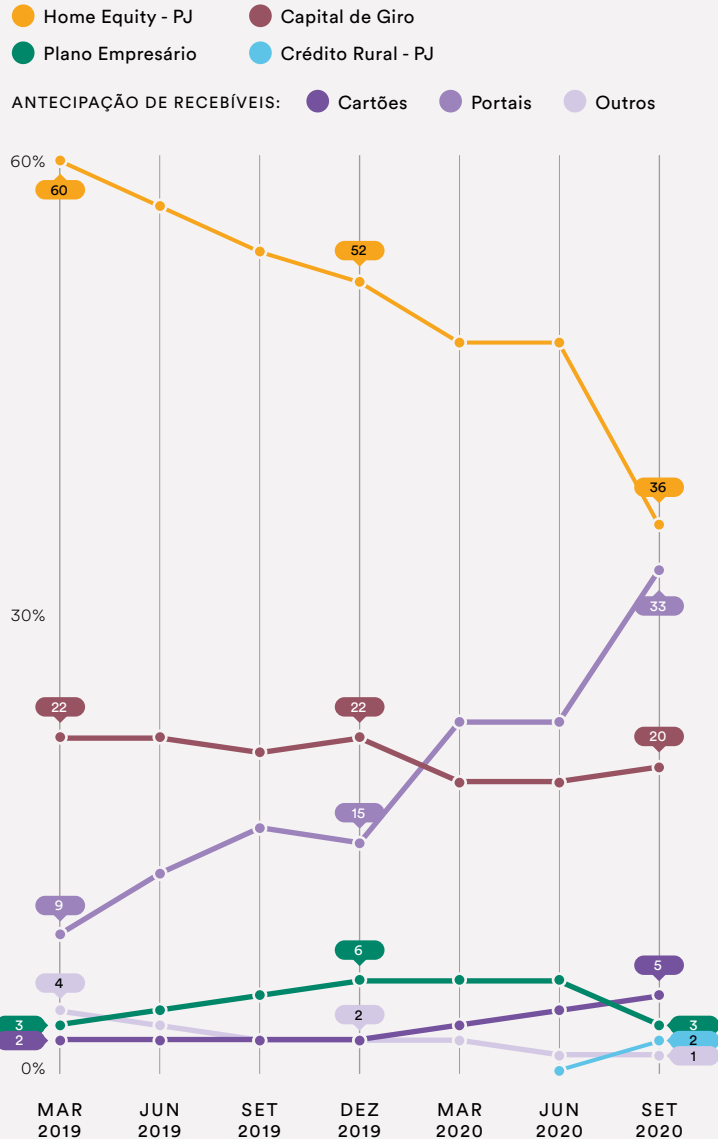


FONTE: Elaboração própria



GRÁFICO 14 - EMPRÉSTIMO PJ

## Distribuição por tipo de empréstimo



FONTE: Elaboração própria

5

A variável destinação do empréstimo é auto reportada.

O **Gráfico 15** mostra a evolução da quantidade de empréstimos destinada a **negócios**<sup>5</sup>. É interessante notar o recorde de empréstimos empresariais concedidos em outubro de 2020, sete meses após o início do isolamento social. Algumas hipóteses para este fenômeno podem estar relacionadas a demanda reprimida, flexibilização do processo de conquista e obtenção de novos clientes e, como esperado, o retrato da falta de liquidez das empresas, bem como a necessidade de modernização, entre outros.

De março a maio deste ano, havia muita incerteza quanto à extensão do isolamento e suas consequências para a economia. À medida que o tempo foi passando, tornou-se evidente a configuração de um “novo normal” e a necessidade de adaptação das companhias. Logo, a falta de receitas durante o período mais severo de isolamento aliada à nova realidade podem ter gerado este recorde de pedidos de empréstimos empresariais.

O **Gráfico 16** mostra a evolução da quantidade de empréstimos para pagamento de dívidas e uma

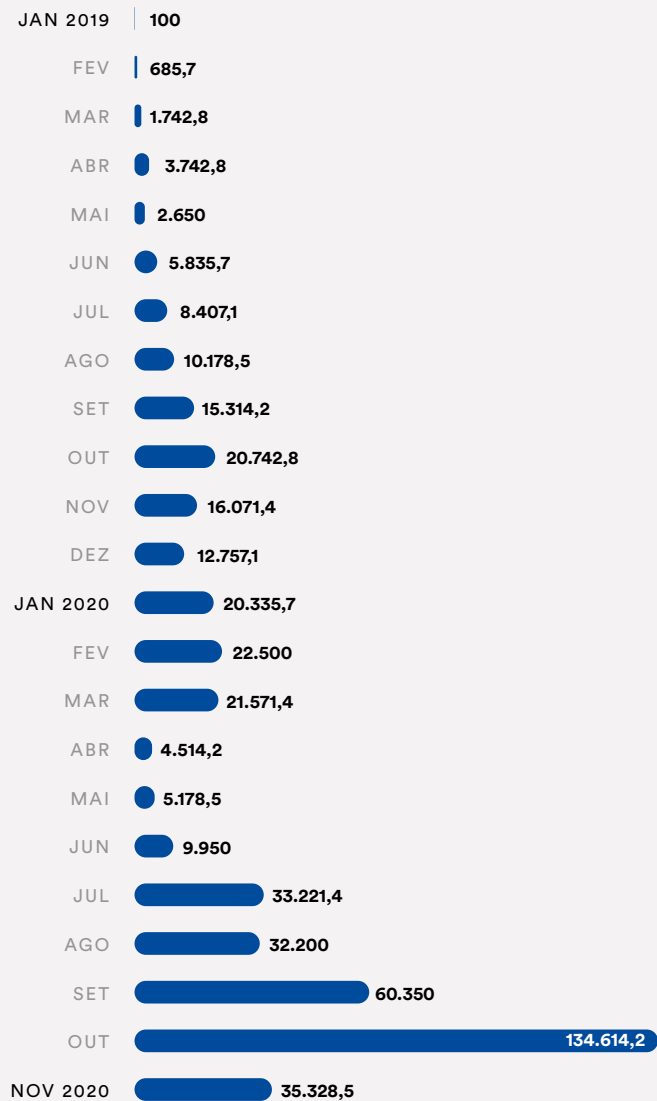
tendência bastante similar à apresentada no **Gráfico 15**.

**Tornou-se evidente a configuração de um “novo normal” e a necessidade de adaptação das companhias**

As empresas não foram as únicas afetadas pela pandemia. O consumidor também foi impactado pelo isolamento social, sendo obrigado a modificar seus hábitos de consumo, especialmente com a redução de compras presenciais e a migração para o online.

GRÁFICO 15 - EMPRÉSTIMO PJ

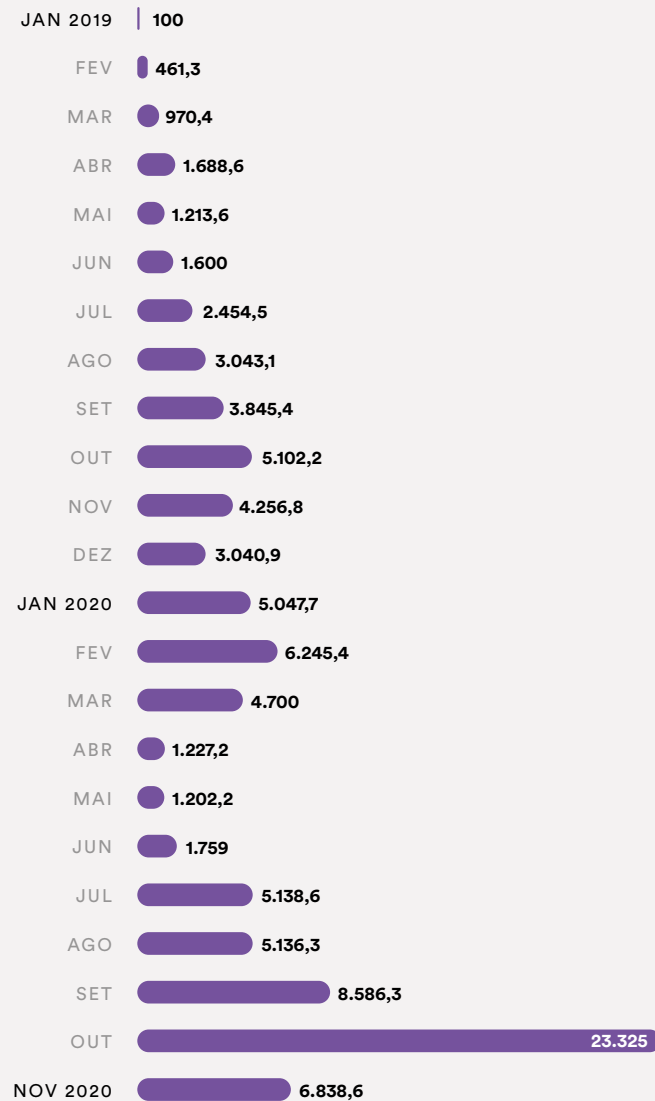
## Índice de quantidade de empréstimo para negócios



FONTE: Elaboração própria

GRÁFICO 16 - EMPRÉSTIMO PJ

## Índice de quantidade de empréstimo para pagar dívidas



FONTE: Elaboração própria

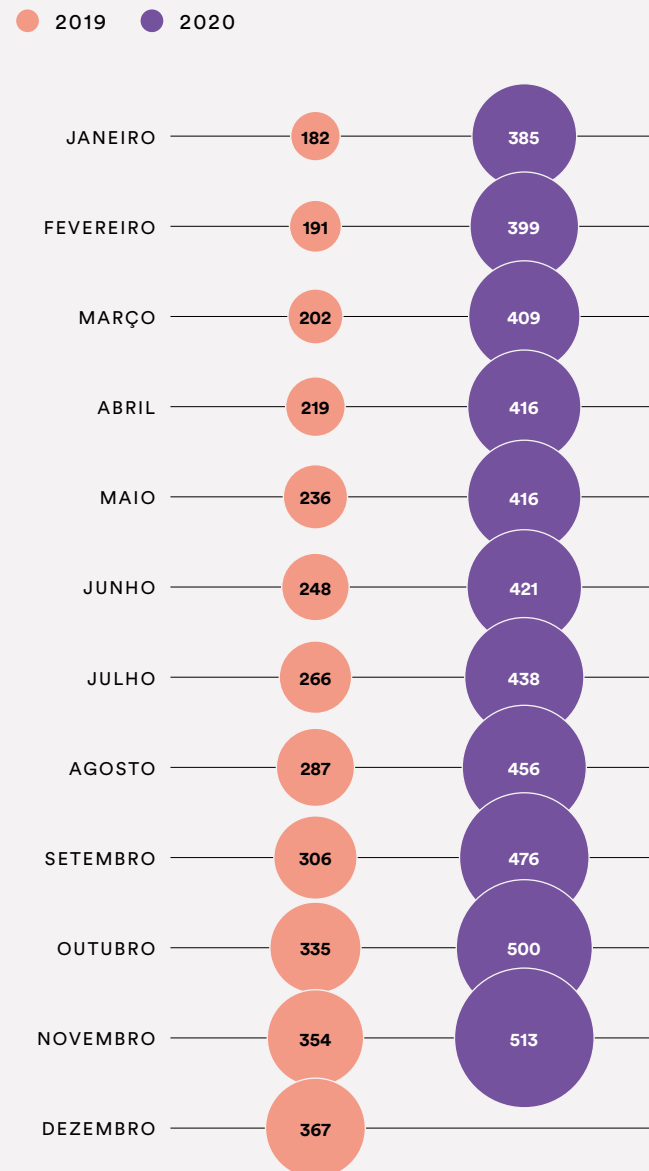
A maneira mais comum de realizar compras virtuais é por meio do cartão de crédito. Por isso, mesmo com a crise econômica, a demanda por cartões de crédito de instituições digitais não diminuiu, pelo contrário. Os dados das empresas associadas à Zetta contribuem para reforçar a importância das *fintechs* na oferta de crédito e de meios de pagamento que viabilizem o comércio online. O **Gráfico 17** mostra a evolução do número de clientes que possuem cartão de crédito, considerando o período de janeiro de 2018 a julho de 2020. Desde 2018 há tendência de crescimento na demanda por produtos de instituições digitais e, mesmo com a pandemia, essa demanda segue crescendo.

De acordo com estudo do **Data Nubank<sup>6</sup>**, “há um aumento da participação dos gastos com cartão de crédito no universo online, saindo de 28% do total em fevereiro de 2018 para 32% em fevereiro de 2020 (ainda no pré-pandemia). As transações realizadas presencialmente, por sua vez, apresentam tendência de queda: passaram de 72% do total de transações em fevereiro de 2018 para 68% do total dois anos depois, em fevereiro de 2020, e dão espaço a um aumento significativo das compras online com a pandemia.”

⑤  
**FONTE:**  
 DATA NUBANK. A Digitalização financeira na pandemia. 2020. Disponível em: [Data Nubank](#). Acesso em: 30 de nov. de 2020.

GRÁFICO 17 - CARTÃO DE CRÉDITO

## Índice de clientes com cartão de crédito ativo



FONTE: Elaboração própria

Além de facilitar a realização de compras na internet, o cartão de crédito também oferece opções de parcelamento. O **Gráfico 18** mostra o percentual dos gastos do cartão de crédito referentes a compras com pagamento à vista conforme a faixa de renda. Os dados sinalizam que há um efeito sazonal nos gastos realizados com cartão de crédito, com o aumento da proporção dos pagamentos à vista por volta do fim do ano, culminando no pico ao final do primeiro trimestre de cada ano (por volta de março), seguido por uma leve queda após esse período. Provavelmente, este pico no pagamento à vista pode estar relacionado ao recebimento do 13º salário. Em março de 2020, houve um pico na proporção de pagamentos realizados à vista independente da faixa de renda do brasileiro. Surpreende que,

Os dados sinalizam que há um efeito sazonal nos gastos realizados com cartão de crédito

apesar de ser o padrão observado nos anos anteriores, houve um pico histórico na proporção de pagamentos à vista realizados logo no início da pandemia, no primeiro mês de isolamento social.



Houve um pico histórico na proporção de pagamentos à vista realizados logo no início da pandemia

Entre março e julho de 2020, a proporção de gastos com pagamentos à vista feitos por brasileiros com renda superior a R\$5 mil caiu 5,2 p.p, versus queda de 1,5 p.p. e 0,10 p.p em 2018 e 2017, respectivamente.

● ● ●

## A expectativa é de que os consumidores parcelem mais suas compras como resposta ao cenário de incerteza econômica

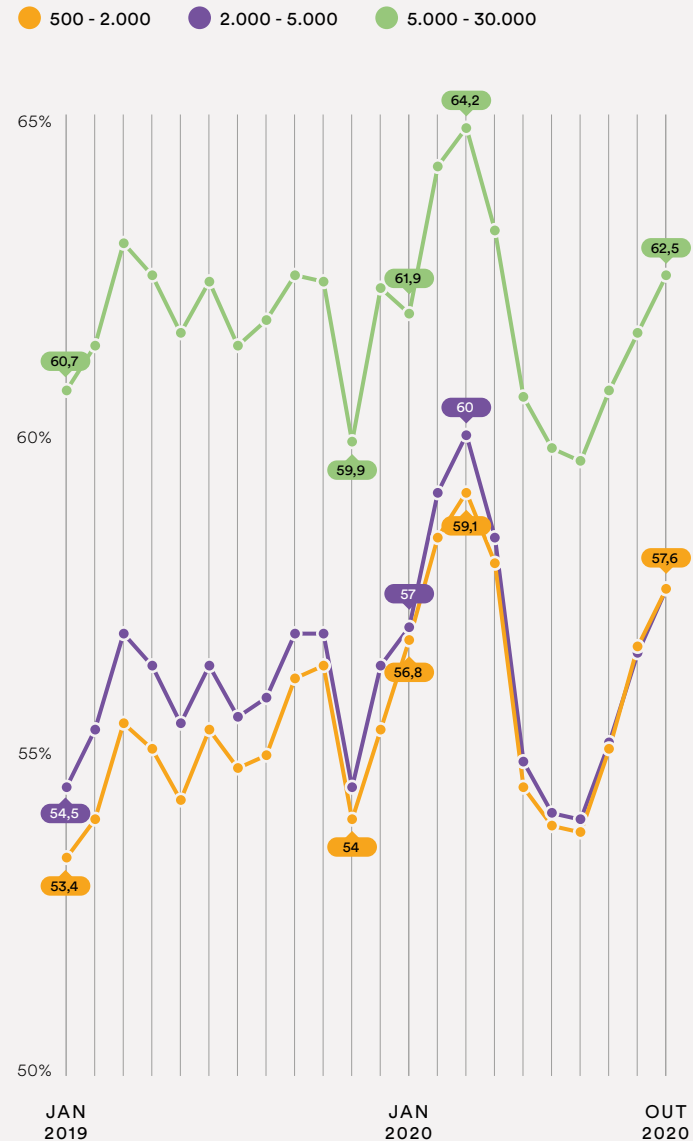
Para pessoas com renda de R\$2 mil a R\$5 mil, a queda em 2020 foi de 6 p.p, e de 1,2 p.p em 2018 e de 0,07 p.p em 2017. Já para quem recebe até R\$2 mil, a queda na proporção em 2020 foi de 5,4 p.p, e nos anos de 2018 e 2017 foi de 0,7 p.p. e 0,6 p.p, nessa ordem. Ou seja, todas

as faixas de renda passaram a realizar mais compras parceladas do que costumavam fazer, mesmo levando em consideração o efeito sazonal.

Esse resultado, de migração para as compras parceladas durante a pandemia, é bastante intuitivo, tendo em vista que a expectativa é de que os consumidores parcelem mais suas compras como resposta ao cenário de incerteza econômica, postergando, assim, suas dívidas.

GRÁFICO 18 - CARTÃO DE CRÉDITO

## Percentual de pagamento à vista, por faixa de renda



FONTE: Elaboração própria



**O MUNDO NÃO ESTAVA** preparado para uma pandemia, tampouco a economia global. Cada país, cada público, seja pessoa física ou jurídica, se viu diante de uma situação inesperada, sem precedentes na história.

Por conta disso, cada um foi levado a pensar em alternativas de emergência para sobrevivência, própria, da sua família e dos seus negócios. E encontraram na tecnologia uma aliada, uma porta de entrada para um recomeço.

Portanto, as empresas de tecnologia têm sido fundamentais neste processo de recuperação econômica. Sem elas, o impacto de uma crise de proporções globais, como a atual, poderia ter dimensões ainda mais surpreendentes, críticas e permanentes.

**Cada um foi levado a pensar em alternativas de emergência para sobrevivência, própria, da sua família e dos seus negócios.**



## CONTEÚDO

---

Elaborado com base nas informações cedidas por membros da Zetta, associação fundada por Nubank, Google e Mercado Pago, da qual também fazem parte Credits, Banco Inter, Iugu, Hash e Grupo Movile

## AUTORIA E COORDENAÇÃO

---

Rafaela Nogueira (*Relações Institucionais do Nubank*),  
Doutora e Mestre em  
Economia pela EPGE/FGV

## ORGANIZAÇÃO

---

Guilherme Sampaio, Rafaela  
Nogueira e Ellen Pacheco

## COLABORADORES

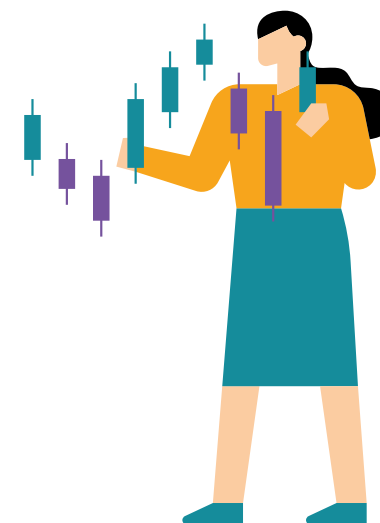
---

André Caparelli, Ellen Pacheco,  
Fernanda Ferrari, Fernanda Laranja,  
Gustavo Fontes, Helena Caldeira,  
Ludmila Volochen, Marcelo  
Lacerda e Matheus Morgado.

## PROJETO GRÁFICO

---

Cristina Kashima





## DIREITOS

---

Esta publicação, de autoria de Rafaela Nogueira (Doutora e Mestre em Economia pela EPGE/FGV e Relações Institucionais do Nubank), é uma produção exclusiva da **Zetta**, uma nova associação do setor financeiro. A reprodução do conteúdo é permitida desde que a fonte seja citada.