Newsletter PJ

Edição #04 |

O jeito de pagar mudou. E o seu negócio?

Tendências dos meios de pagamento que estão transformando a relação entre empresas e consumidores

Olá! Seja bem-vindo a mais uma edição da News PJ da Sicredi Ibiraiaras RS/MG.

A forma como os brasileiros pagam por produtos e serviços está mudando rapidamente. Cartões, pagamentos por aproximação, compras digitais e cobranças recorrentes fazem parte de um mercado cada vez mais ágil, conectado e orientado pela experiência do consumidor.

Para as empresas, acompanhar essa transformação vai além de oferecer novas formas de pagamento. Significa reduzir atritos na jornada de compra, facilitar a venda, ampliar possibilidades de recebimento e acompanhar os novos hábitos dos clientes.

Nesta edição da News, reunimos alguns dos principais movimentos do mercado de meios de pagamento e o que eles podem representar para o seu negócio.

Os meios de pagamento continuam avançando

Os números ajudam a mostrar a dimensão dessa transformação. No primeiro semestre de 2026, os pagamentos realizados com cartões de crédito, débito e pré-pagos movimentaram R$ 2,3 trilhões no Brasil, crescimento de 8% em relação ao mesmo período de 2025.

Ao todo, foram realizadas 23,9 bilhões de transações, alta de 3%. Isso representa, em média, aproximadamente 133 milhões de pagamentos com cartões por dia. Os dados fazem parte do balanço do setor divulgado pela Abecs em agosto de 2026. Entre as modalidades, o cartão de crédito permanece em destaque, com R$ 1,7 trilhão movimentado no semestre, crescimento de 12,1% na comparação anual.

Mais do que números, esses resultados demonstram a relevância dos meios eletrônicos de pagamento no dia a dia dos consumidores e reforçam a importância de as empresas acompanharem a evolução desse mercado.

Aproximou, pagou: a conveniência ganhou espaço

Uma das mudanças mais perceptíveis dos últimos anos está no pagamento por aproximação. No primeiro semestre de 2026, essa modalidade movimentou R$ 1 trilhão, crescimento de 18,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Em junho de 2026, as transações via NFC já representavam 76,2% das compras presenciais com cartões.

Pesquisa da Abecs em parceria com o Datafolha também aponta que 73% dos brasileiros realizam pagamentos por aproximação. Entre esses consumidores, 91% identificam a comodidade e a rapidez como os principais benefícios.

E o que isso significa para sua empresa? A conveniência deixou de ser apenas um diferencial e passou a fazer parte das expectativas do consumidor. Quanto mais simples, rápida e segura for a etapa do pagamento, mais fluida tende a ser a experiência de compra.

O consumidor também está cada vez mais digital

As compras realizadas pela internet e por outros canais não presenciais movimentaram

Sicredi

R$ 633 bilhões no primeiro semestre de 2026, crescimento de 18% na comparação anual. O cartão de crédito respondeu por R$ 614,3 bilhões desse volume, avançando 18,3%.
Para quem empreende, esse comportamento reforça um movimento importante: a experiência de pagamento precisa acompanhar o consumidor onde ele estiver. Loja física, e-commerce e outros canais de venda passam a fazer parte de uma jornada cada vez mais conectada.
Para as empresas, vale observar não apenas onde ocorre a venda, mas também se o momento do pagamento oferece simplicidade, segurança e opções adequadas ao perfil dos clientes.

O consumidor também está cada vez mais digital

As compras realizadas pela internet e por outros canais não presenciais movimentaram R$ 633 bilhões no primeiro semestre de 2026, crescimento de 18% na comparação anual. O cartão de crédito respondeu por R$ 614,3 bilhões desse volume, avançando 18,3%.
Para quem empreende, esse comportamento reforça um movimento importante: a experiência de pagamento precisa acompanhar o consumidor onde ele estiver. Loja física, e-commerce e outros canais de venda passam a fazer parte de uma jornada cada vez mais conectada.
Para as empresas, vale observar não apenas onde ocorre a venda, mas também se o momento do pagamento oferece simplicidade, segurança e opções adequadas ao perfil dos clientes.

Um mercado em transformação

Quando observamos especificamente o cartão de crédito, os números também indicam expansão.
No segundo trimestre de 2026, as transações com cartões de crédito movimentaram R$ 846,3 bilhões, crescimento de 11,4% em relação ao mesmo trimestre de 2025. Considerando conjuntamente crédito, débito e pré-pago, o mercado movimentou aproximadamente R$ 1,2 trilhão no trimestre.
O Sicredi também acompanha esse movimento. Conforme monitoramento de mercado apresentado no MKT Share Emissores 2026, o faturamento com cartões de crédito do Sicredi cresceu 15,6% no segundo trimestre de 2026, em comparação com o mesmo período de 2025, acima da expansão de 11,4% registrada pelo mercado de cartões de crédito.
Os resultados mostram a expansão dos pagamentos com cartões, especialmente no crédito, na aproximação, nas compras não presenciais e nas cobranças recorrentes.
Para as empresas, esse movimento reforça a importância de oferecer jornadas de pagamento simples, seguras e adequadas ao perfil de seus clientes.

Tecnologia e segurança precisam caminhar juntas

Quanto mais digitais ficam nossas relações financeiras, maior também deve ser a atenção com segurança. Para as empresas, alguns cuidados permanecem fundamentais: capacitar as equipes responsáveis por pagamentos e recebimentos; conferir valores e informações antes da confirmação das transações; utilizar equipamentos e canais oficiais; manter sistemas, senhas e acessos protegidos; redobrar a atenção diante de solicitações ou movimentações fora do padrão.
A evolução dos meios de pagamento traz mais conveniência para empresas e consumidores, mas essa transformação precisa vir acompanhada de boas práticas de segurança.

Sicredi

Newsletter PJ

Edição #04 |

Como o Sicredi pode apoiar sua empresa?

Cada negócio possui uma dinâmica diferente de vendas, recebimentos e fluxo de caixa. Por isso, nosso papel vai além da oferta de produtos financeiros.
O Sicredi atua de forma próxima e consultiva, buscando compreender a realidade de cada empresa para contribuir na construção de soluções alinhadas às suas necessidades.
Meios de pagamento, cartões e outras soluções financeiras podem fazer parte de uma estratégia voltada à organização dos recebimentos, gestão do fluxo de caixa e experiência oferecida aos clientes. Mais do que disponibilizar formas de pagamento, buscamos estar próximos para ajudar sua empresa a vender, receber e administrar seus recursos de maneira cada vez mais eficiente.
as transações

Conte com o Sicredi

Acompanhar essas transformações ajuda sua empresa a entender melhor o comportamento dos consumidores, aprimorar a experiência de compra, organizar seus recebimentos e identificar novas oportunidades.
A News PJ do Sicredi segue com esse propósito: aproximar conhecimento, compartilhar tendências e transformar informações do mercado em conteúdos relevantes para quem empreende e movimenta a economia da nossa região.

Sicredi Ibiraiaras RS/MG

Pessoas que cooperam constroem negócios mais fortes.