Inadimplência recua e endividamento estabiliza na capital paulista

Dívidas acumuladas ainda permanecem no maior nível desde 2022

A inadimplência recuou em outubro na capital paulista. De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), o percentual de famílias com contas em atraso caiu para 19,7%, após os 20,1% registrados em setembro.


Towfiqu barbhuiya_Pexels_CANVA

Em outubro de 2025, o indicador estava em 22,6%. Em 12 meses, portanto, houve um recuo de 2,9 pontos porcentuais (p.p.). Com isso, 884 mil lares estão inadimplentes na Cidade de São Paulo, atualmente.

A pesquisa também avaliou o percentual de lares endividados na capital paulista. Nesse grupo, a proporção de lares com algum tipo de dívida recuou de 75,4% para 75,2%, uma queda de 0,2 p.p., o que configura estabilidade técnica e interrompe a escalada que marcou boa parte do ano.

Apesar da ligeira variação, esse é o maior patamar de endividamento desde novembro de 2022: são 3,4 milhões de famílias endividadas na capital.

Na avaliação da FecomercioSP, a permanência do endividamento em nível elevado mantém o alerta, mesmo diante de um quadro geral mais ameno. Neste ano, as famílias com dívidas acumulam alta de 6,3 p.p. em relação aos 68,9% registrados em janeiro. Na comparação anual, o indicador ficou 3 p.p. acima dos 72,2% de outubro de 2025.

Cartão de crédito lidera

O cartão de crédito é o principal instrumento de endividamento das famílias, concentrando 79,6% das dívidas. O crédito pessoal, modalidade que costuma ser usada para resolver problemas imediatos do orçamento, recuou de 12,5% para 11,5%. Já a participação do financiamento imobiliário subiu para 16,8%, o maior nível da série histórica recente.

Dentre as demais modalidades, o financiamento de veículos avançou para 11,2%, enquanto os carnês seguiram recuando, para 5,2%. O crédito consignado ficou em 6%.

Atrasos longos

A pesquisa da Federação também revelou que o tempo médio de atraso subiu, passando de 64,9 para 65,5 dias. Além disso, a parcela de dívidas vencidas há mais de 90 dias saiu de 50,1% para 51,2%, enquanto os atrasos recentes, de até 30 dias, recuaram para 22,1%.

O comprometimento médio da renda com dívidas, por sua vez, recuou de 26,2% para 26%, afastando-se ainda mais dos 27,3% registrados em outubro de 2025. O tempo médio de comprometimento ficou estável em 6,9 meses, abaixo dos 7,2 meses observados um ano antes.

Melhoria gradual

O balanço de outubro, portanto, aponta para uma acomodação que começa a tomar forma — a inadimplência volta à faixa dos 19%, o endividamento se estabiliza, o crédito pessoal recua e o comprometimento da renda diminui. Todos esses movimentos indicam uma melhoria gradual, amparada por uma inflação menos pressionada.

"Convém, porém, não confundir acomodação com recuperação consolidada. O endividamento ainda ronda o maior nível desde 2022, o núcleo de famílias em atraso continua com um perfil delicado e uma melhoria robusta das condições financeiras das famílias demandará mais tempo de estabilidade e um custo de crédito menor. Apesar do saldo do mês ser positivo, é necessário manter a cautela no radar", avalia Guilherme Dietze, assessor econômico da FecomercioSP.

A nova era das finanças embarcadas: quando a inteligência artificial antecipa necessidades

Jorge Iglesias (*)

Falar em finanças embarcadas significava, durante muito tempo, oferecer um serviço financeiro dentro de uma jornada originalmente não bancária, como uma conta digital em um varejista, crédito em um marketplace ou pagamento em uma plataforma. Esse modelo aproximou os serviços financeiros de diferentes momentos da vida dos consumidores e passou a ocupar um espaço estratégico nos negócios.

Um estudo da Boston Consulting Group (BCG) estima em US$ 185 bilhões o mercado endereçável de *embedded finance* na América do Norte e na Europa, enquanto a penetração atual está próxima de US$ 32 bilhões. Mais de 80% desse potencial ainda está em aberto.

Essa oportunidade traz um desafio: enquanto a experiência se torna mais simples para o consumidor, cresce a complexidade nos bastidores para conectar dados, serviços e ecossistemas com segurança. É nesse cenário que a inteligência artificial acrescenta uma nova dimensão às finanças embarcadas.

A IA permite interpretar dados e contexto para identificar necessidades e apoiar a próxima melhor ação. Assim, o modelo pode evoluir de uma lógica reativa para uma experiência que compreende melhor os objetivos e oferece respostas adequadas ao momento.

Pense em alguém que deseja comprar um carro. Sua necessidade não começa em um produto financeiro, mas no objetivo de realizar a compra. Uma experiência inteligente pode interpretar essa intenção, avaliar o contexto e conectar alternativas para uma decisão clara e segura.

Nas relações entre empresas, a lógica é semelhante. Um pequeno varejista que vende por um marketplace pode precisar reforçar o caixa para comprar estoque antes de uma data de maior demanda. Com base no histórico de vendas, no fluxo financeiro e em outros dados autorizados, a tecnologia pode identificar essa necessidade e apresentar uma alternativa de crédito adequada dentro da própria plataforma utilizada pelo negócio.

Quanto mais simples parece a experiência, maior tende a ser a sofisticação tecnológica necessária para sustentá-la. É preciso conectar dados, pagamentos, crédito, prevenção a fraudes, segurança, compliance e diferentes ecossistemas. A IA amplia a capacidade de interpretação e apoio à decisão, mas depende de uma arquitetura robusta e preparada para um setor altamente regulado.

Essa evolução exige infraestrutura capaz de conectar diferentes capacidades financeiras e tecnológicas sem transferir a complexidade ao usuário. Interoperabilidade, segurança, compliance e integração impactam diretamente a experiência, a velocidade da inovação e a criação de novos modelos de negócios.

Nos próximos anos, bancos, fintechs, varejistas, empresas de telecomunicações e plataformas digitais terão novos papéis nas jornadas financeiras, ampliando as possibilidades de integração sem eliminar as responsabilidades de cada participante.

Em vez de esperar que o consumidor procure um produto financeiro, a tecnologia permite que o serviço esteja presente naturalmente na jornada em que a necessidade surge. O banco não aparece apenas para movimentar dinheiro, mas também quando há algo a realizar: uma compra, um investimento, a expansão de um negócio ou um novo projeto.

Abre-se, assim, a possibilidade de construir uma relação mais conectada aos objetivos das pessoas e das empresas, com menos interrupções e maior capacidade de ajudá-las a seguir em frente.

(*) Jorge Iglesias é CEO da Topaz.

ABREE reúne mais de 7 mil pontos de recebimento de resíduos eletroeletrônicos e eletrodomésticos

Encontrar um destino ambientalmente adequado para eletroeletrônicos e eletrodomésticos que não são mais utilizados é uma etapa fundamental para o avanço da economia circular no Brasil. Para facilitar esse processo, a ABREE – Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos contabiliza, em 2026, uma rede de mais de 7 mil pontos de recebimento distribuídos por mais de 1,5 mil municípios brasileiros, abrangendo os 26 estados e o Distrito Federal. A estrutura permite que consumidores tenham acesso a locais apropriados para entregar produtos pós-consumo, contribuindo para que esses materiais sejam encaminhados à destinação ambientalmente adequada. Para consultar os endereços disponíveis, basta acessar o site da ABREE (https://abree.org.br/ponto-de-recebimento), informar o CEP e o produto que deseja descartar. A ferramenta apresenta os locais mais próximos, facilitando a participação da população no sistema de logística reversa.

"Chegar a mais de 7 mil pontos de recebimento em todo o país representa um avanço importante para tornar a logística reversa mais acessível à população. Nosso objetivo é facilitar o descarte correto, oferecendo alternativas para que os consumidores encontrem locais próximos e saibam como destinar adequadamente os produtos que não utilizam mais. Essa capilaridade é resultado de um trabalho contínuo de articulação com empresas e parceiros, que permite ampliar o alcance do sistema e fortalecer a economia circular no Brasil", afirma Robson Esteves, presidente da ABREE (http://www.abree.org.br/).



www.netjen.com.br

Novas Datas/Consumo

Repare: 10.10 e 11.11 viraram novas grandes datas do e-commerce brasileiro? *Marketplaces* espalham campanhas ao longo do ano e tentam transformar datas duplas em novos picos de consumo. Durante décadas, o calendário do varejo brasileiro foi relativamente previsível, com Dia das Mães, Dia dos Namorados, Natal e, mais recentemente, Black Friday concentrando boa parte das grandes campanhas promocionais. No comércio eletrônico, porém, novas datas começam a disputar espaço na agenda do consumidor. Números como 9.9, 10.10 e 11.11 deixaram de representar apenas dias comuns e passaram a reunir descontos, cupons, frete grátis, *lives* e ações com *creators*.

Datas – II

Para Diogo Kobata, empresário, investidor e criador de ecossistemas, o movimento mostra uma mudança importante na maneira como plataformas e marcas trabalham a demanda. Em vez de esperar por datas tradicionais, o mercado digital passou a criar novas ocasiões de compra e repeti-las até que sejam reconhecidas pelo consumidor. "O mais interessante é que essas datas não nasceram de uma necessidade do consumidor. Elas foram construídas pelas plataformas. Quando você repete uma campanha, concentra benefícios e cria expectativa ao redor daquele dia, começa a ensinar o público a esperar por ele", explica Kobata. Não custa lembrar que a estratégia tem raízes fortes no comércio eletrônico asiático. O 11.11, conhecido internacionalmente como Singles' Day, tornou-se um dos principais eventos de compras da China e ajudou a popularizar um modelo em que o próprio *marketplace* cria sua sazonalidade, por exemplo. No Brasil, essa lógica vem sendo adaptada para uma sequência maior de datas ao longo do ano.

Black x Dólar

No próximo dia 27, a Black Friday chega à sua 17ª edição no Brasil, e o consumidor deve passar as próximas semanas comparando preços atrás do maior desconto. Mas atenção: existe uma remarcação que passa despercebida. Desde a primeira Black Friday no Brasil, o real perdeu 69% do seu poder de compra em dólar. O cálculo é de um levantamento inédito da DCEX (infraestrutura B2B). A empresa comparou a cotação oficial do dólar (PTAX), divulgada pelo Banco Central, no dia de cada Black Friday. Na primeira edição brasileira, em 26 de novembro de 2010, o dólar valia R$ 1,73, e R$ 1.000 compravam US$ 578. Hoje, com a moeda americana a R$ 5,50, o mesmo valor compra apenas US$ 182. Em 16 anos, a desvalorização média da moeda brasileira foi de cerca de 7% ao ano. Na prática, essa perda tritura qualquer promoção. Um produto de US$ 100 custava R$ 173 em 2010. Hoje, mesmo com 50% de desconto, sai por R$ 275, valor 59% acima do preço cheio da primeira Black Friday.

Investimentos/Fármacos

Os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D), que abrangem a criação de novos medicamentos, o aperfeiçoamento de formulações existentes e a inovação em processos e tecnologias, estão entre as prioridades da indústria farmacêutica instalada no Brasil para os próximos 3 anos. Segundo o "1º Censo da Indústria Farmacêutica", realizado pelo Sindusfarma em parceria com o Instituto Datafolha, 66% das empresas pretendem investir em pesquisa e desenvolvimento (P&D), enquanto 69% planejam aplicar recursos em equipamentos tecnológicos, 54% em máquinas e equipamentos de produção e 51% em fábricas e instalações. O levantamento inédito, considerado a primeira pesquisa multidimensional do setor na América Latina, reuniu 168 empresas, alcançando 88% de cobertura do universo pesquisado e 89% do mercado nacional de medicamentos.

MUNDO ESG

nelson.tucci@netjen.com.br

Mulheres Empreendedoras

O Paraná já reúne mais de 906 mil empresas ativas lideradas por mulheres, o equivalente a 45,3% das empresas do Estado, segundo levantamento do Sebrae/PR com dados da Receita Federal. Desse total, 90,7% são pequenos negócios, segmento em que desafios relacionados à gestão, estruturação e crescimento fazem parte da rotina de muitas empreendedoras. É nesse cenário que a Nowa Company amplia seu ecossistema e lança a Nowa Academy, uma escola para empresárias voltada às mulheres que querem empreender, estruturar e fazer seus negócios crescerem. "Percebemos que muitas empresárias não precisam de mais informação, mas de direção para entender o que o negócio precisa em cada momento. A Academy nasce dessa percepção e da nossa própria experiência", explica Aline Kalinoski, sócia-diretora da Nowa Company.

Saúde/Potássio

Uma simples mudança na alimentação pode ter um impacto gigantesco na saúde mundial. Estudo do George Institute for Global Health, publicado na revista Nature Health, estima que substituir o sal comum por uma versão enriquecida com potássio poderia evitar quase 3 milhões de mortes por ano por doenças cardiovasculares e renais, além de prevenir mais de 10 milhões de novos casos. A mistura contém 75% de cloreto de sódio e 25% de cloreto de potássio. Ela reduz o consumo de sódio e aumenta o de potássio, ajudando a controlar a pressão arterial.

Cigarros/Coletas

Depois de São Paulo, a iniciativa de coleta de bitucas de cigarro do Instituto Limpa Brasil e da Phillip Morris Brasil chega a São Vicente, no litoral sul. Considerado "o lixo mais comum do planeta" por estudos científicos, os resíduos possuem contaminantes químicos que se espalham rapidamente, principalmente em contato com a água, podendo ser letal a várias espécies aquáticas. São Vicente recebe 20 bituqueiras em iniciativa de conscientização sobre descarte adequado de resíduos e os equipamentos serão distribuídos por diferentes pontos da cidade; iniciativa do Instituto Limpa Brasil e Philip Morris Brasil também prevê ações de limpeza e educação ambiental e será lançada no sábado, 14, na Marina Aquarium.

Preservação x Agro

"Os discursos do presidente Lula na COP31 reforçam uma mensagem importante: é possível conciliar conservação ambiental, produção e desenvolvimento econômico, colocando as pessoas no centro das soluções. A redução histórica do desmatamento no Brasil, com queda de 71% na Amazônia entre 2022 e 2026 e avanços também no Cerrado, ocorreu em um período de aumento de produtividade agropecuária, mostrando que proteger a natureza e produzir mais não são objetivos incompatíveis". Comentário é de Karen Oliveira, diretora de Políticas Públicas da The Nature Conservancy (TNC) Brasil e cofacilitadora da Coalizão Brasil sobre os discursos brasileiros na COP31 e aportes da TFFF (sigla em inglês para *Tropical Forest Forever Facility*). Os Mapas do Caminho para a transição dos combustíveis fósseis e para deter e reverter o desmatamento e a degradação florestal representam uma oportunidade de transformar os compromissos internacionais em ações concretas, com metas, investimentos e políticas capazes de acelerar os resultados.