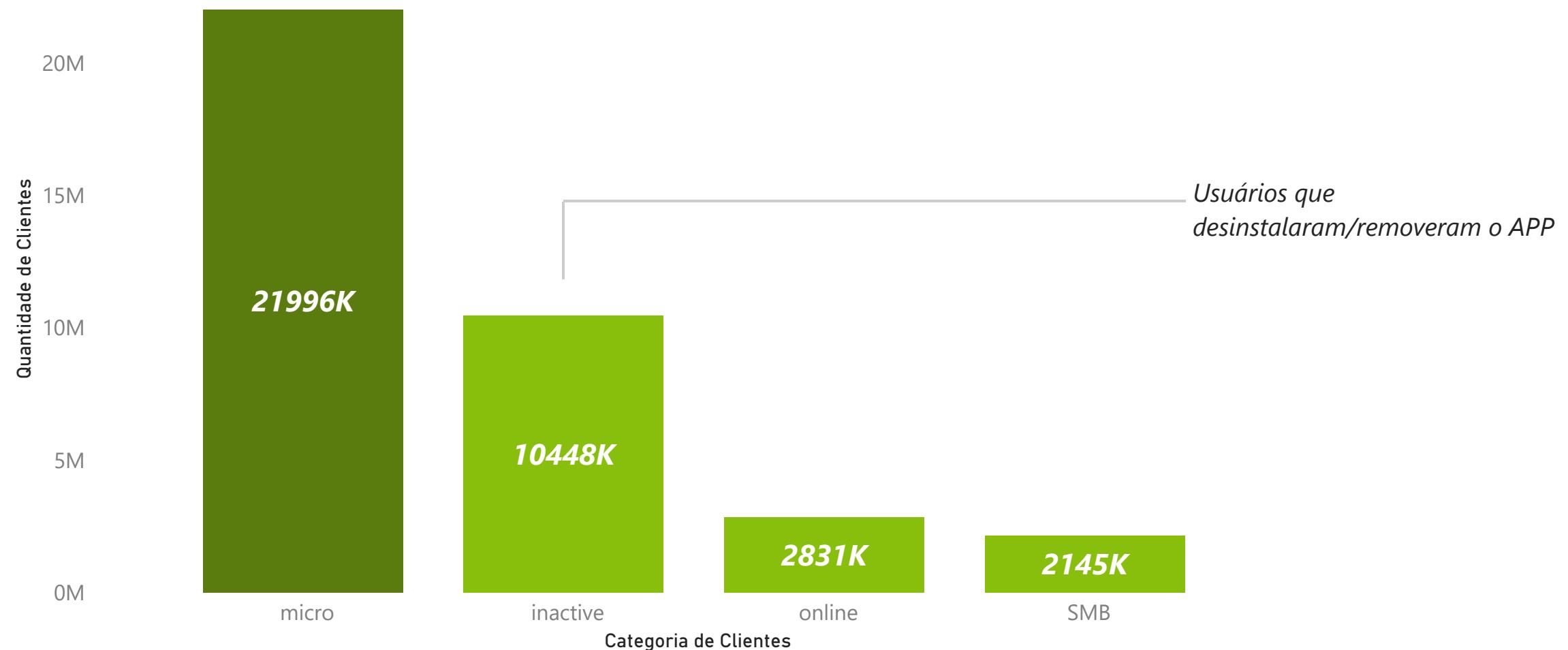


A Categoria **Micro** se apresenta maior do que as demais, sendo **até 10,25 vezes maior** que a SMB.

Volume de Cliente por Segmentação



A penetração de **Cartão** apresenta padrão consistente entre os quadrantes, **com maior adoção em SMB, seguida por micro e online**, independentemente do período analisado.

Penetracao Cartao por cliente ao longo dos Quadrantes

Quarter_Year ● Q1 2024 ● Q1 2025 ● Q2 2024 ● Q2 2025 ● Q3 2024 ● Q4 2024

0,04

Penetracao Cartao

0,030

0,024

0,018

0,015

0,008

0,005

0,003

0,002

0,001

0,000

SMB

micro
Cliente

online

1,12%

Queda Penetracao Cartao

A penetração de Cartão mantém padrão consistente entre os perfis de cliente ao longo dos quadrantes, enquanto o nível agregado apresenta tendência de queda no período

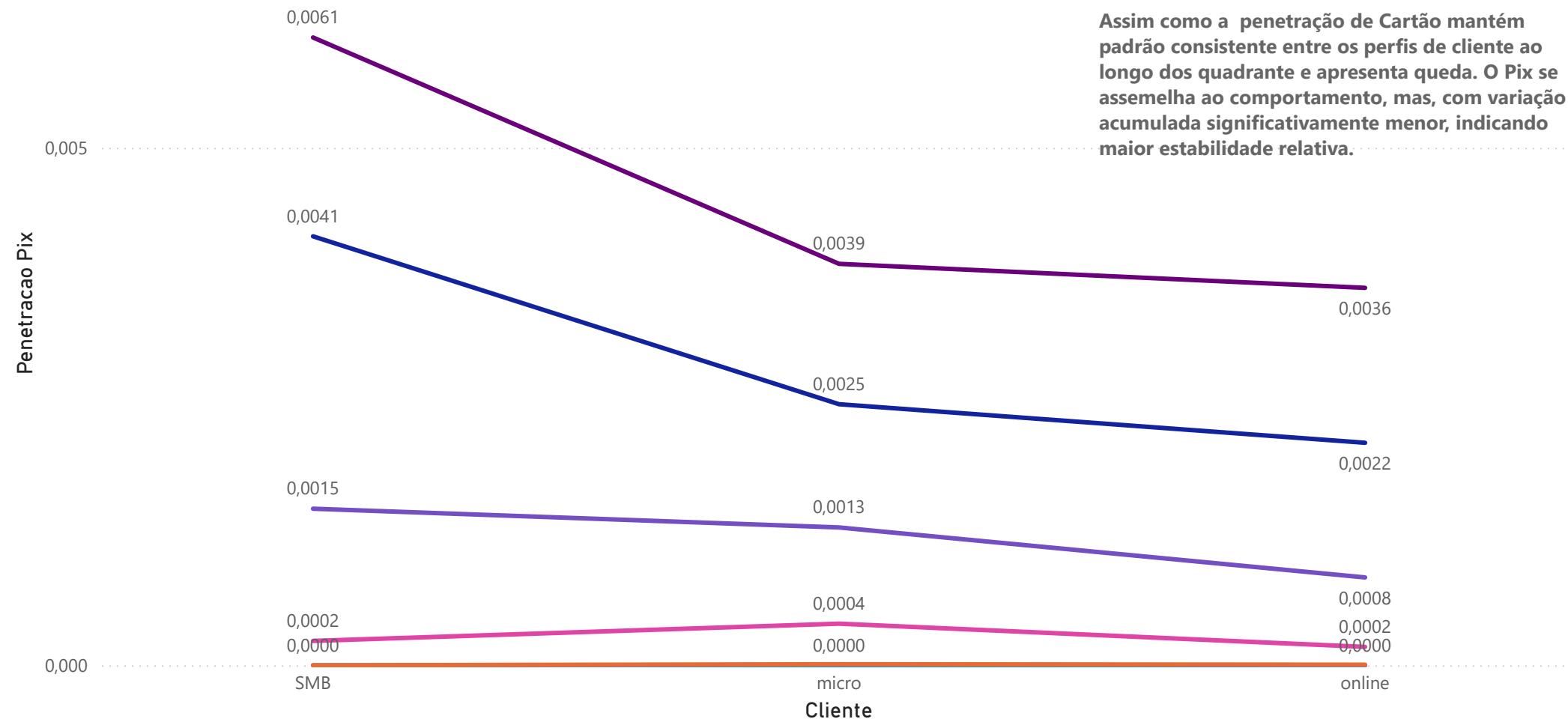
O **Pix** apresenta padrão consistente entre perfis de cliente, porém **com níveis absolutos mais baixos e menor variação acumulada ao longo dos quadrantes**, sugerindo um estágio de maturidade diferente em relação ao **Cartão**.

Penetracao Pix por cliente ao longo dos Quadrantes

Quarter_Year ● Q1 2024 ● Q1 2025 ● Q2 2024 ● Q2 2025 ● Q3 2024 ● Q4 2024

0,36%

Queda Penetracao Pix



A receita de **SmartCash** apresenta **alta concentração em SMB** ao longo de todos os quadrantes, indicando **dependência recorrente** de um conjunto reduzido de clientes para a geração de **volume**.

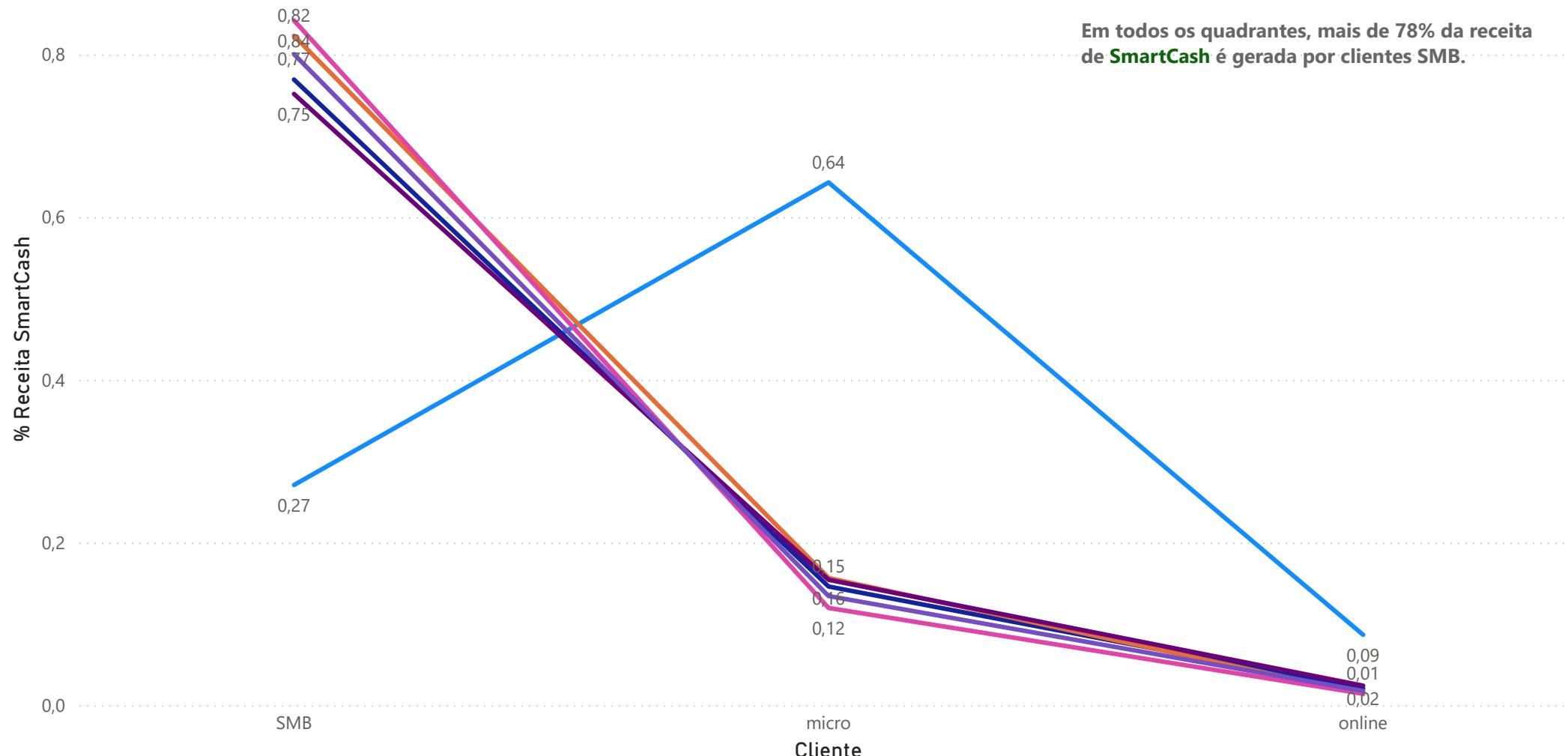
Participação da Receita de SmartCash por Perfil de Cliente

Quarter_Year ● Q1 2024 ● Q1 2025 ● Q2 2024 ● Q2 2025 ● Q3 2024 ● Q4 2024

0,78

% Receita SmartCash SMB

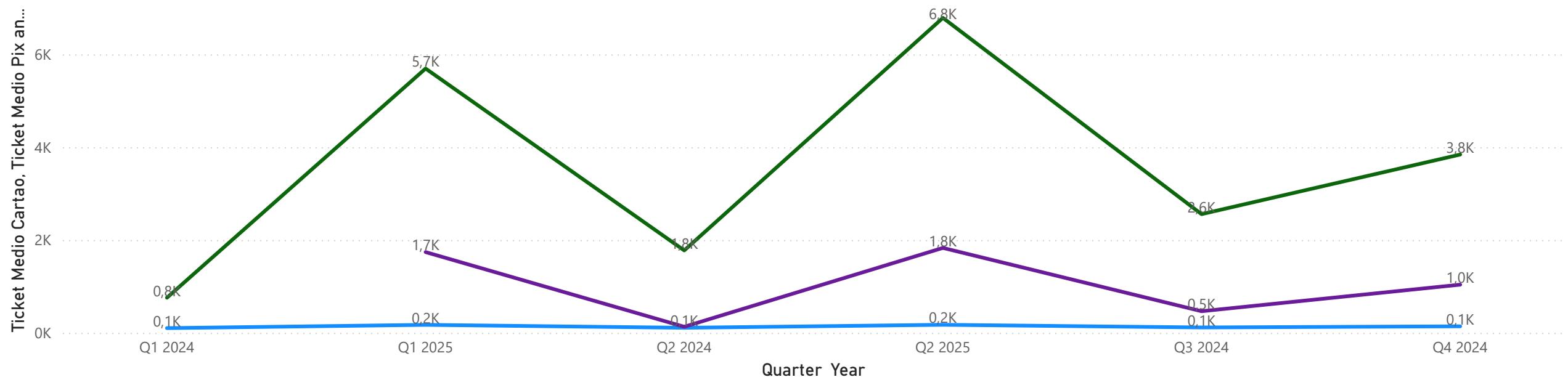
Em todos os quadrantes, mais de 78% da receita de **SmartCash** é gerada por clientes **SMB**.



A queda de penetração é explicada **por menor recorrência de uso**, não por redução de ticket médio.

Variação do Ticket de categorias por Quadrante

● Ticket Medio Cartao ● Ticket Medio Pix ● Ticket Medio SmartCash



Apesar da queda de penetração observada ao longo dos quadrantes, o ticket médio — especialmente em **SmartCash** — não apresenta tendência estrutural de redução, mantendo valores elevados e voláteis.

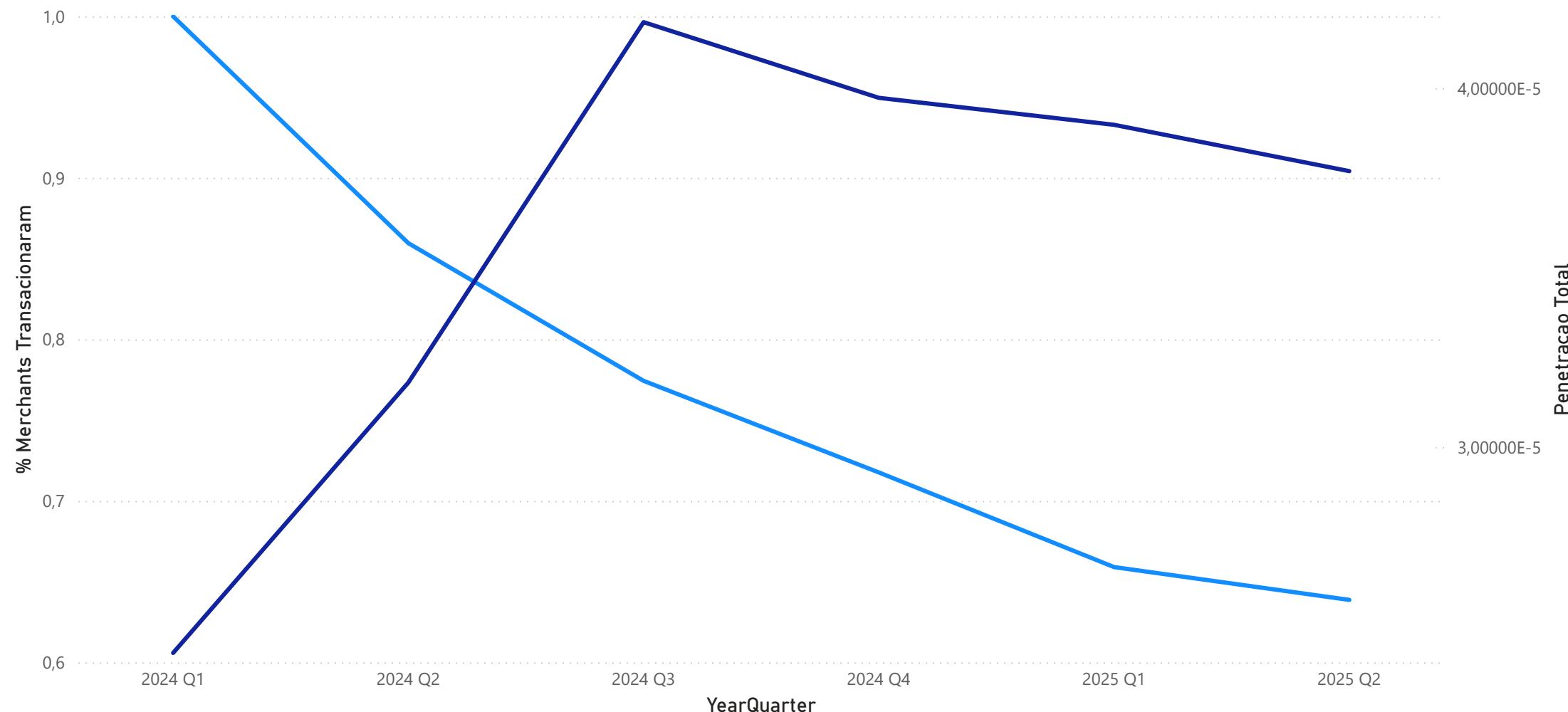
Isso indica que a retração de penetração está mais associada à diminuição da recorrência de uso e da base ativa transacionando do que à perda de valor por cliente.

A queda da penetração total acompanha de forma consistente a redução da base de merchants transacionantes ao longo dos quadrantes.

Mesmo sem uma queda proporcional no ticket médio, a retração da penetração indica que o principal driver é **perda de recorrência e engajamento da base ativa**, e não deterioração de valor por cliente.

% Merchants Transacionaram and Penetracao Total by YearQuarter

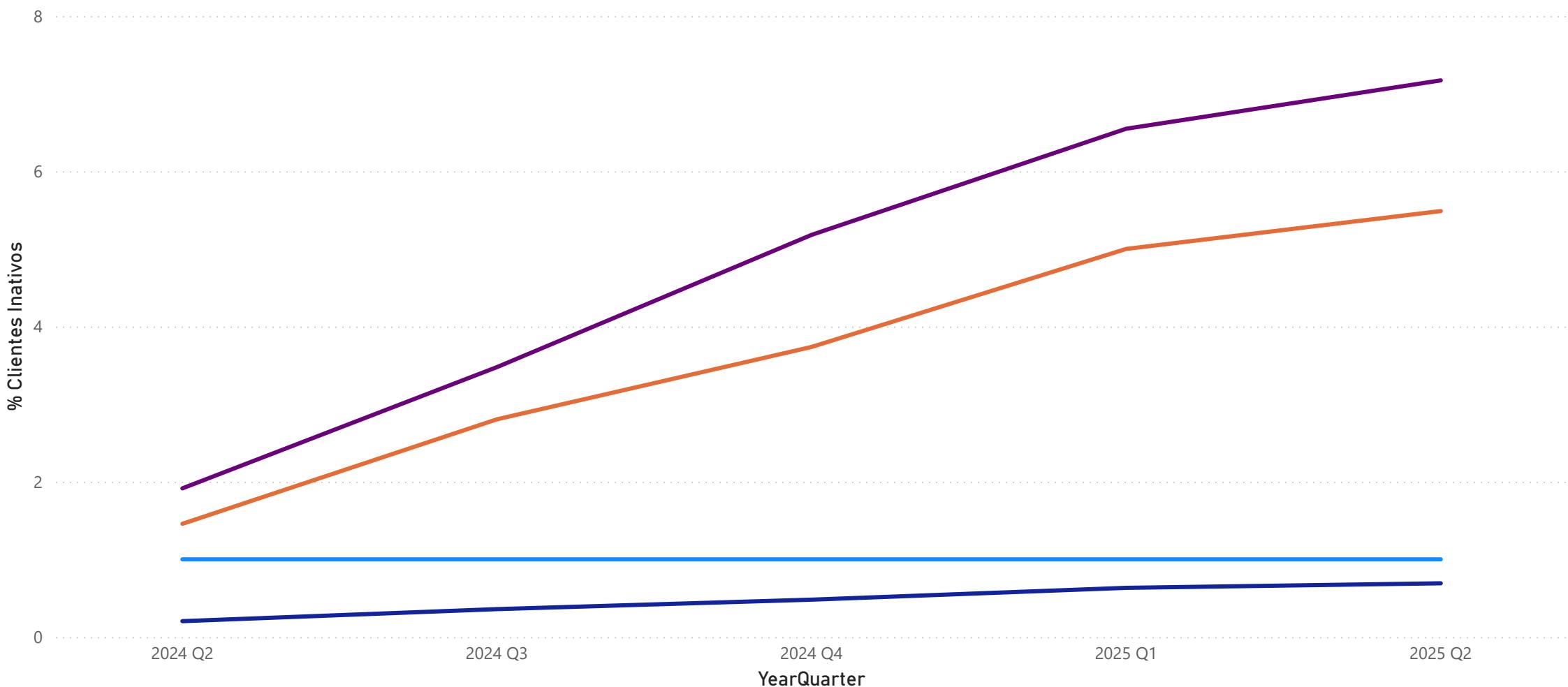
● % Merchants Transacionaram ● Penetracao Total



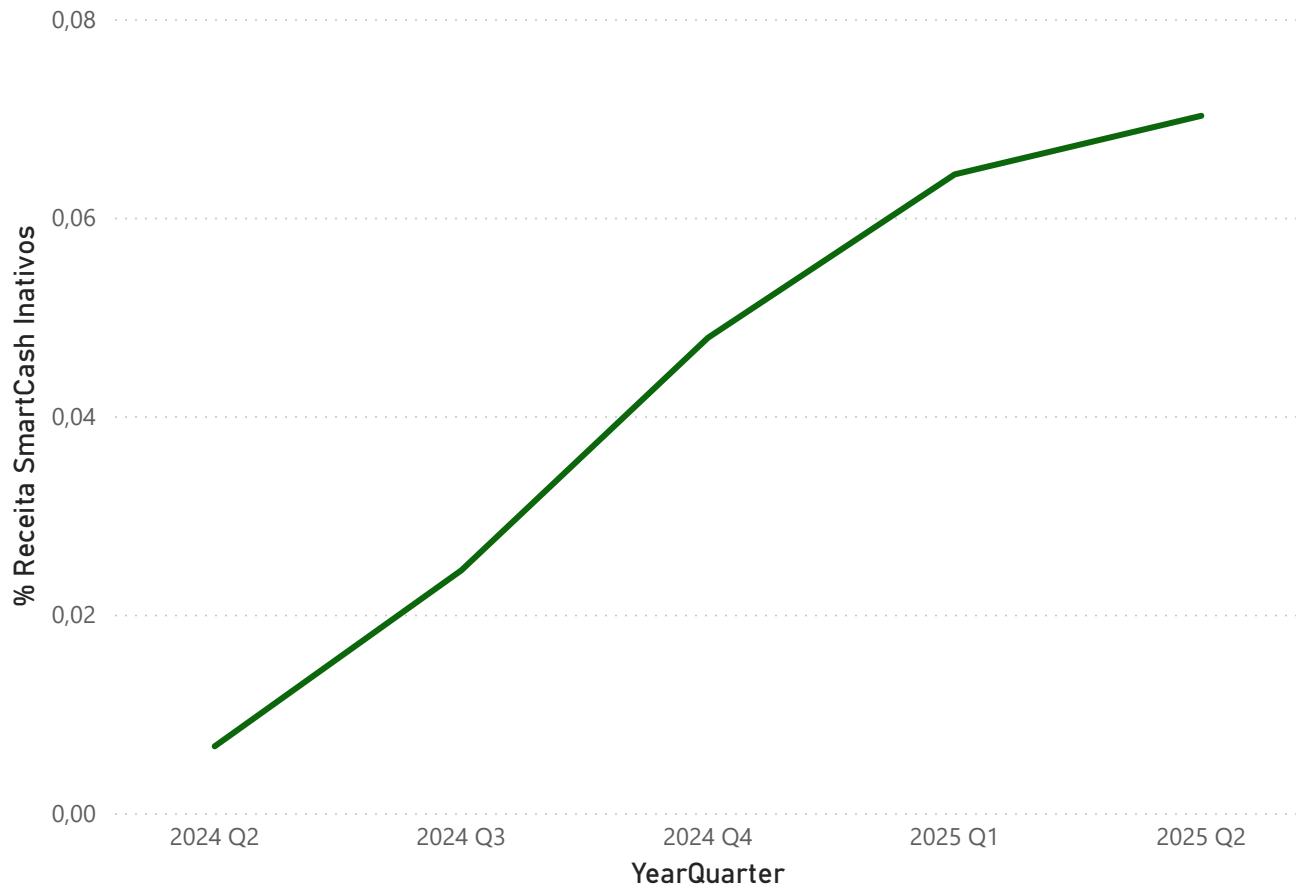
Observa-se crescimento consistente da inatividade ao longo dos quadrantes, com maior aceleração nos segmentos **SMB e online**, enquanto o segmento **micro**, apesar de dominante em volume absoluto, apresenta crescimento proporcionalmente mais estável de inatividade.

% Clientes Inativos by YearQuarter and segment

segment ● inactive ● micro ● online ● SMB



Receita SmartCash Inativos por Quadrante



Saldo Médio ANTES da Inatividade

2,77M
Saldo Médio Inativos

Cientes que se tornam inativos mantinham saldo relevante em conta — indicando perda de recorrência e não ausência de capacidade financeira.

Saldo Médio Clientes Ativos

10,76M
Saldo Médio Ativos

Parte relevante da receita de **SmartCash** vinha de clientes que posteriormente se tornaram inativos, reforçando que a queda de penetração está ligada **à perda de recorrência de uma base engajada.**

RoadMap: Da Descrição à Predição

Para endereçar o risco de Churn e a oportunidade no Micro, propomos evoluir a arquitetura de dados para habilitar Inteligência Artificial

<i>Problema de Negócio</i>	<i>Solução de IA Proposta</i>	<i>Wishlist</i>
Churn Alto <i>Reagir Após o cancelamento é tarde demais</i>	Churn Prediction Model (<i>Random Forest/XGBoost</i>)	* Dados Transacionais (Nível ID) * Padrões de Recência e Frequência
Segmentação Micro <i>Tratar 22M de Clientes como iguais é ineficiente</i>	Clusterização de Personas (<i>K-means Clustering</i>)	* Dados de Navegação (App) * Open Finance