



Índice Fev22



superdigital

uma fintech





superdigital

Uma fintech  Santander



Índice Fev22



Variação e Valor de Usos | Fev/22 vs Jan/22



Usos Total

R\$ 102,1 MM

-2%

Compras Nac.

R\$ 72,3 MM

-3%

Compras Inter.

R\$ 2,0 MM

-20%

Recarga Bilhete

R\$ 2,3 MM

-3%

Recarga Celular

R\$ 1,2 MM

-4%

Pagamento Contas

R\$ 24,0MM

+2%

Spending médio de usos cai **-2%** em Fev/22 em relação a Jan/22



Compras Total

R\$ 74,4 MM

-3%

Compras Nac.

R\$ 72,3 MM

-3%

Compras Inter.

R\$2,0 MM

-20%

Spending médio de compras cai **-3%** em Fev/22 em relação Jan/22



Variação e Valor de Usos | Jan-Fev/22 vs Jan-Fev/21



Compras Total

R\$ 151,7 MM

- 32%

Compras Nac.

R\$ 147,1 MM

- 31%

Compras Inter.

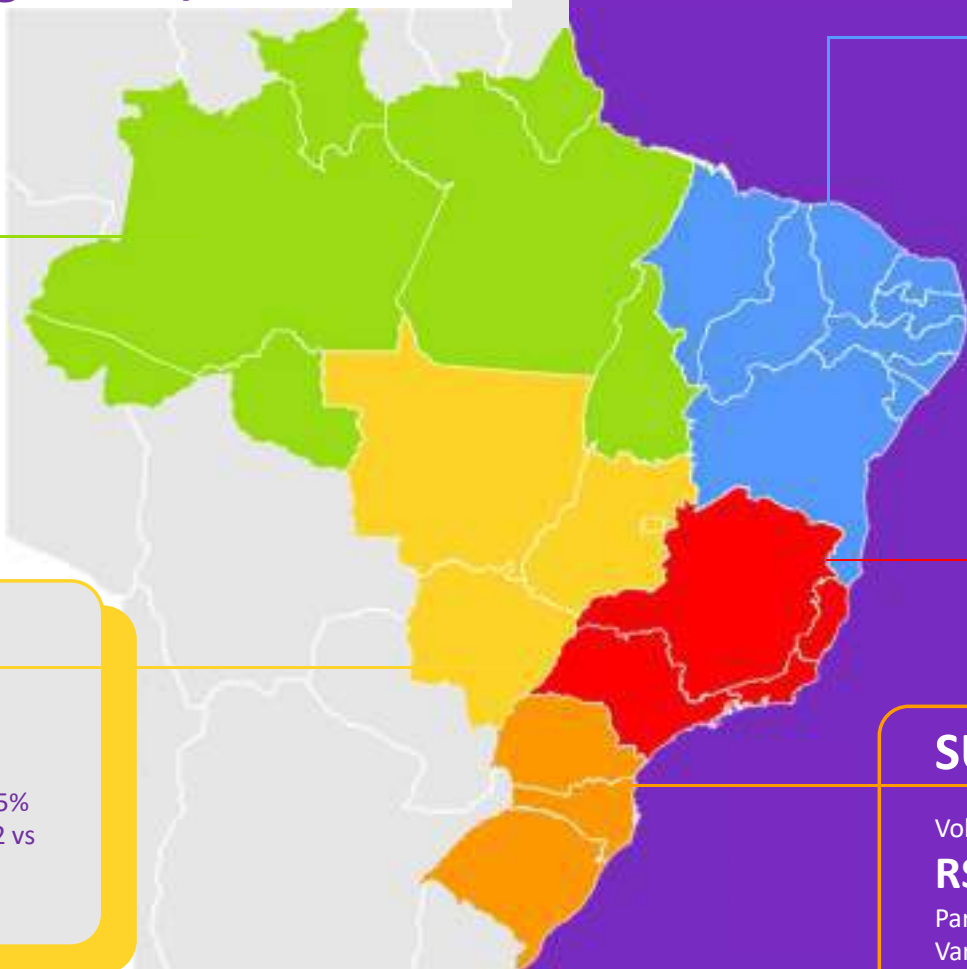
R\$ 4,6 MM

- %48

Spending médio de compras cai **-32%** em 2022 em relação a 2021



Dados por região Fev/22



NORTE

Volume de Compras (Fev/22)

R\$ 2,9 MM

Participação no Volume Compras: 4,1%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -12%

Participação Base30: 5,6%

NORDESTE

Volume de Compras (Fev/22)

R\$ 9,0 MM

Participação no Volume Compras: 12,3%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -5,5%

Participação Base30: 24,1%

SUDESTE

Volume de Compras (Fev/22)

R\$ 49,8 MM

Participação no Volume Compras: 67%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -2%

Participação Base30: 58%

CENTRO OESTE

Volume de Compras (Fev/22)

R\$ 3,6 MM

Participação no Volume Compras: 5%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -9,3%

Participação Base30: 4,3%

SUL

Volume de Compras (Fev/22)

R\$ 8,5 MM

Participação no Volume Compras: 11,6%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -5,8%

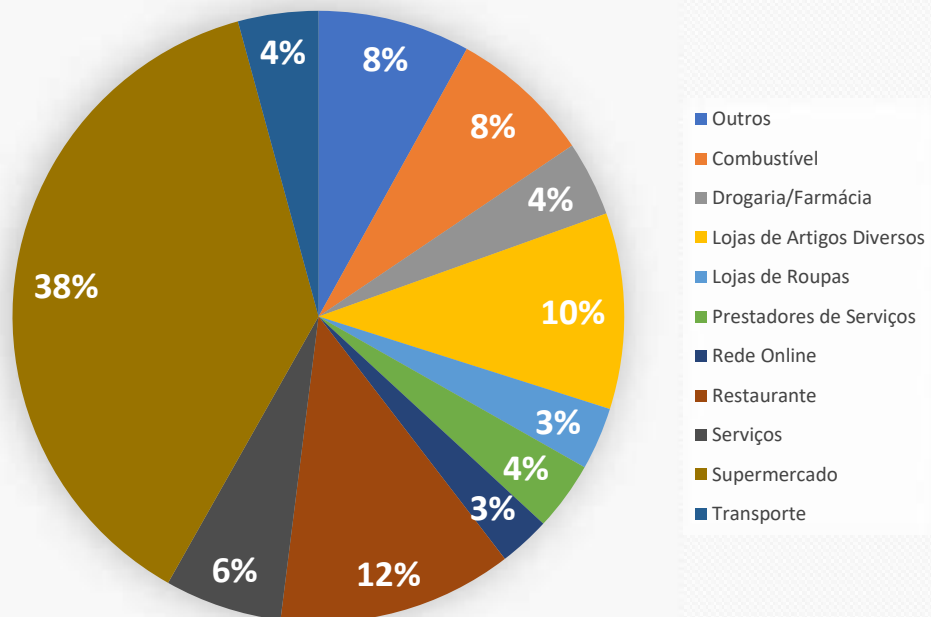
Participação Base30: 8%



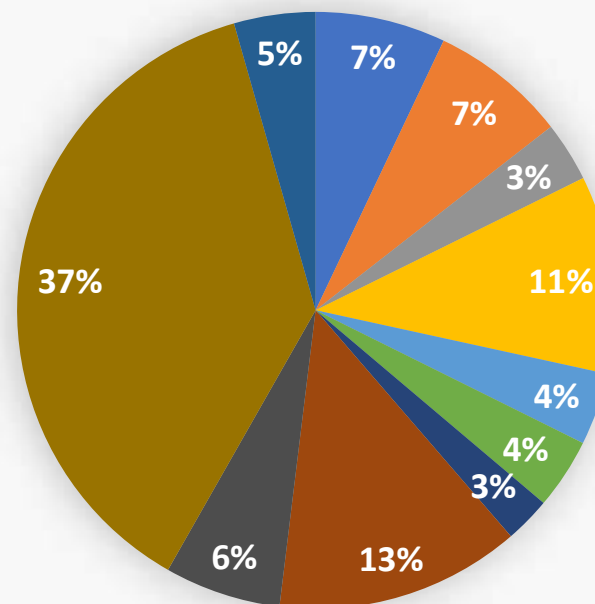
Segmentos – Participação



Janeiro/22



Fevereiro/22



Varição na Participação do Valor Total de compras Fev/22 vs Jan/22

-1 p.p.% Combustível

+1p.p.% Loja de Artigos

-1p.p.% Supermercado

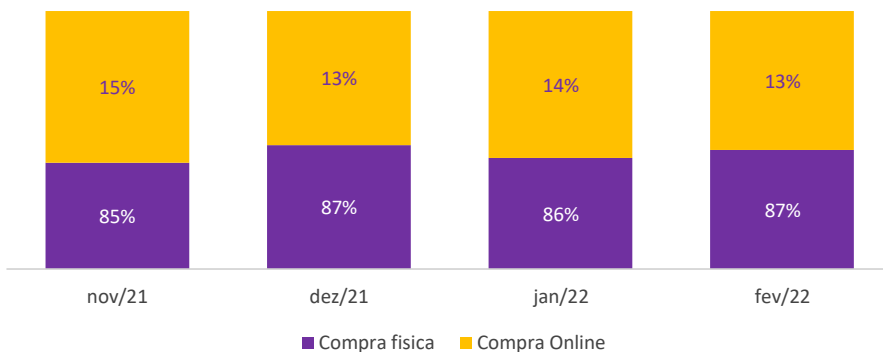
+1p.p.% Restaurante



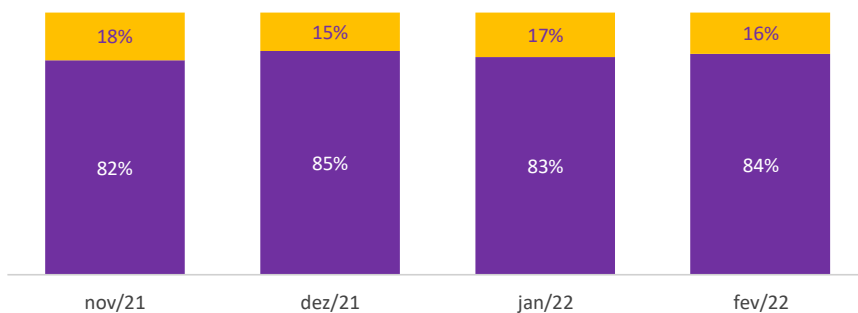
Compras Online vs Compras Físicas



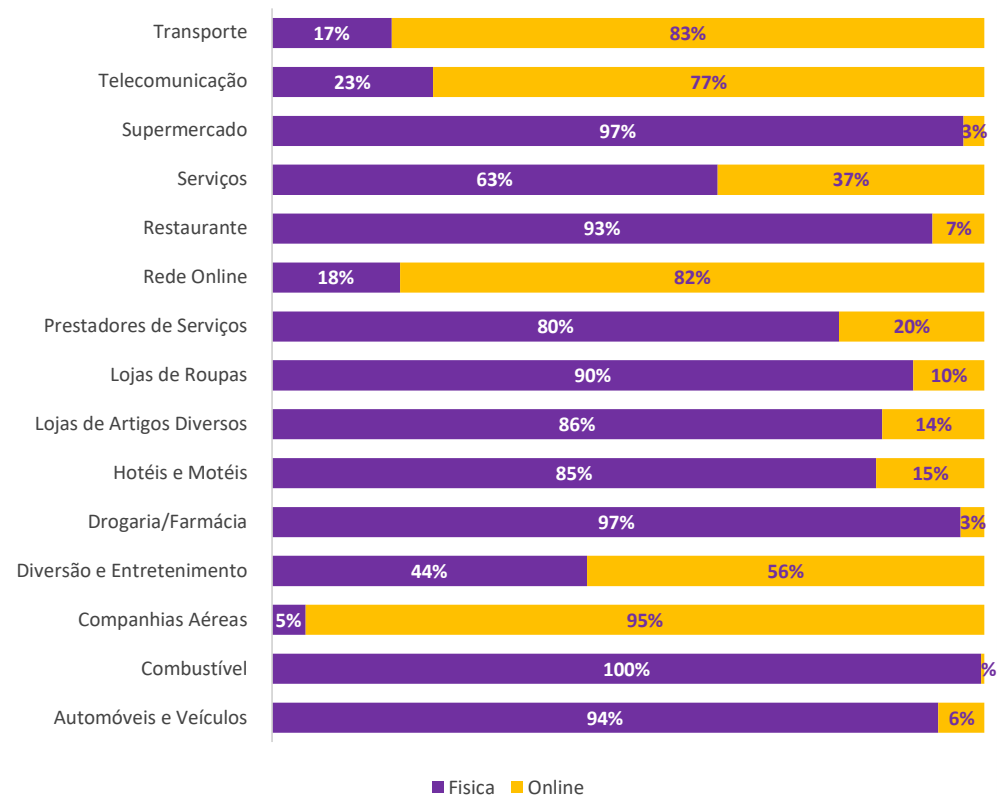
% por quantidade de transação



% por volume



Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



*Variação Compra Física Fev/22 vs Jan/22

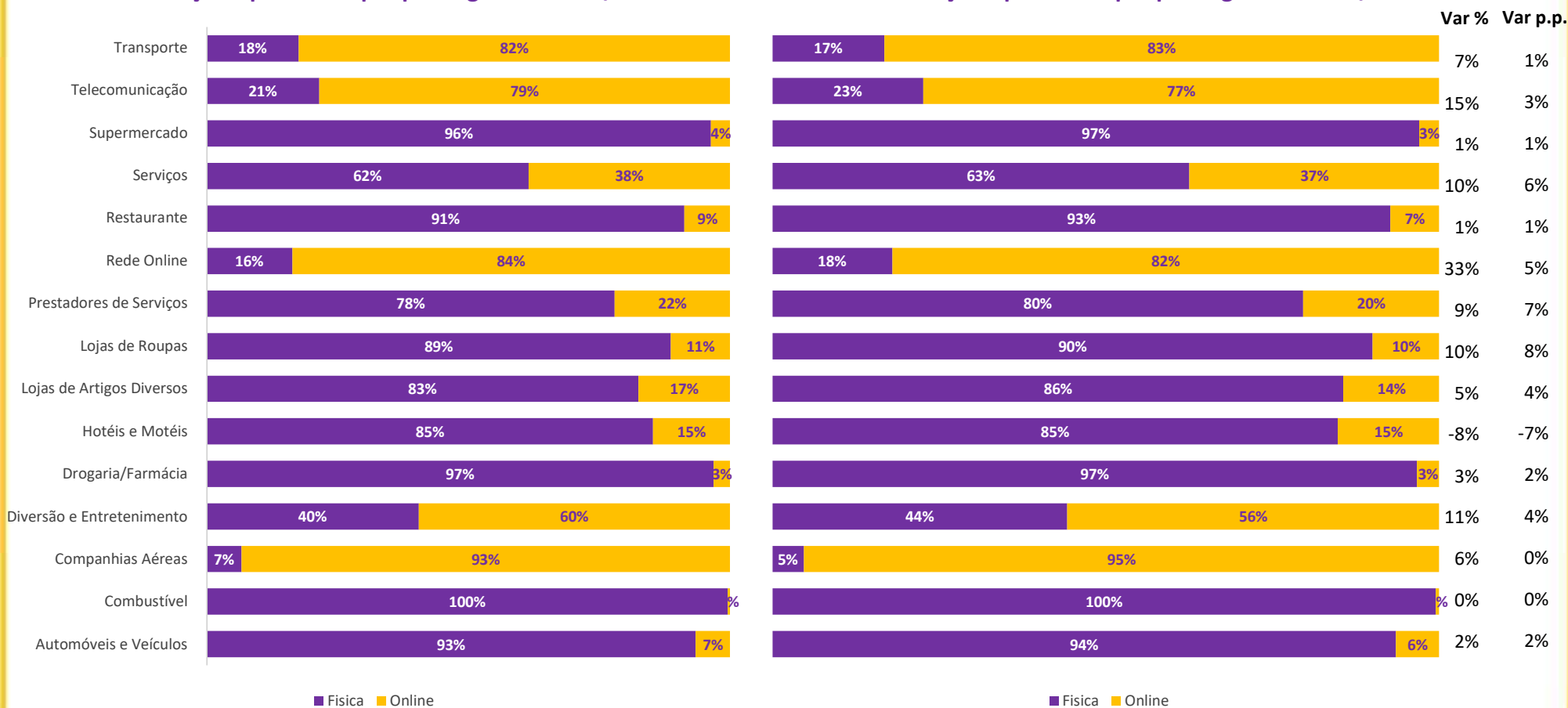


Compras Online vs Compras Físicas



Distribuição tipo de compra por segmento - Jan/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



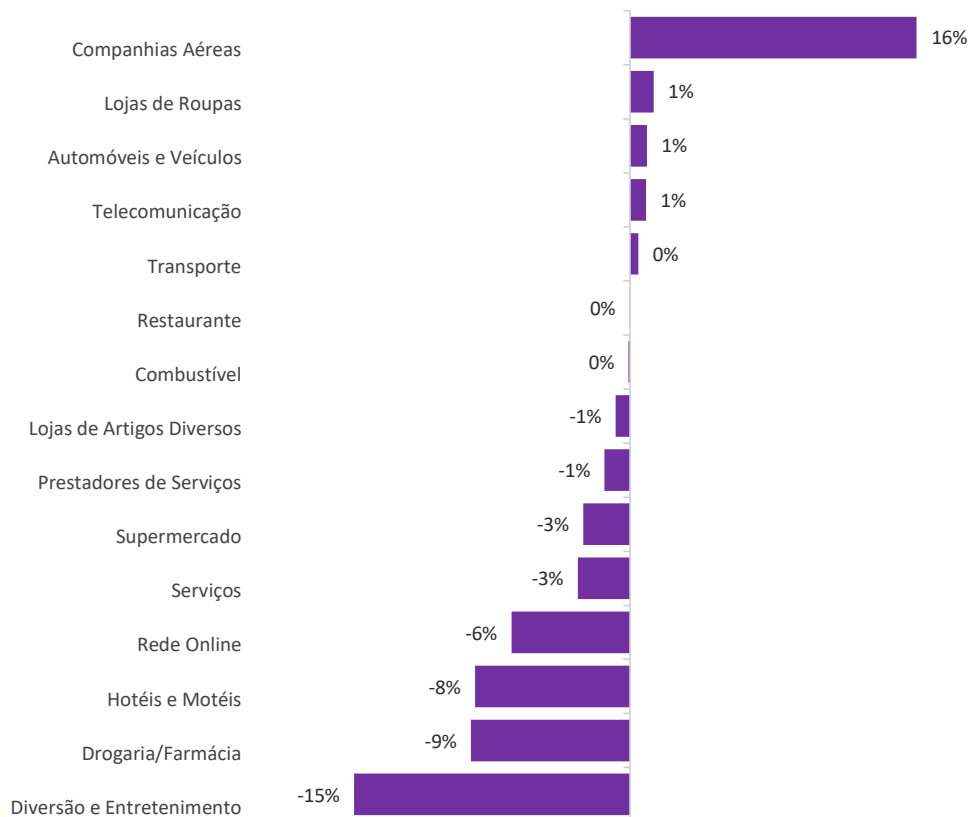
*Variação Compra Física Fev/22 vs Jan/22



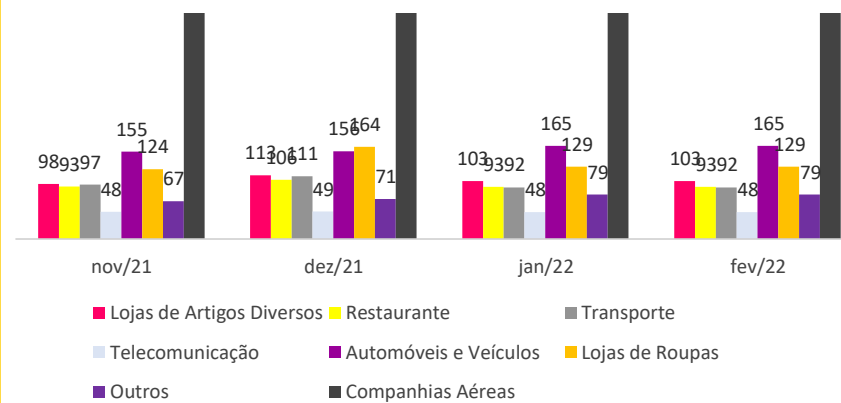
Segmentos - Spending



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



Top 8 Volumes de segmento por Spending

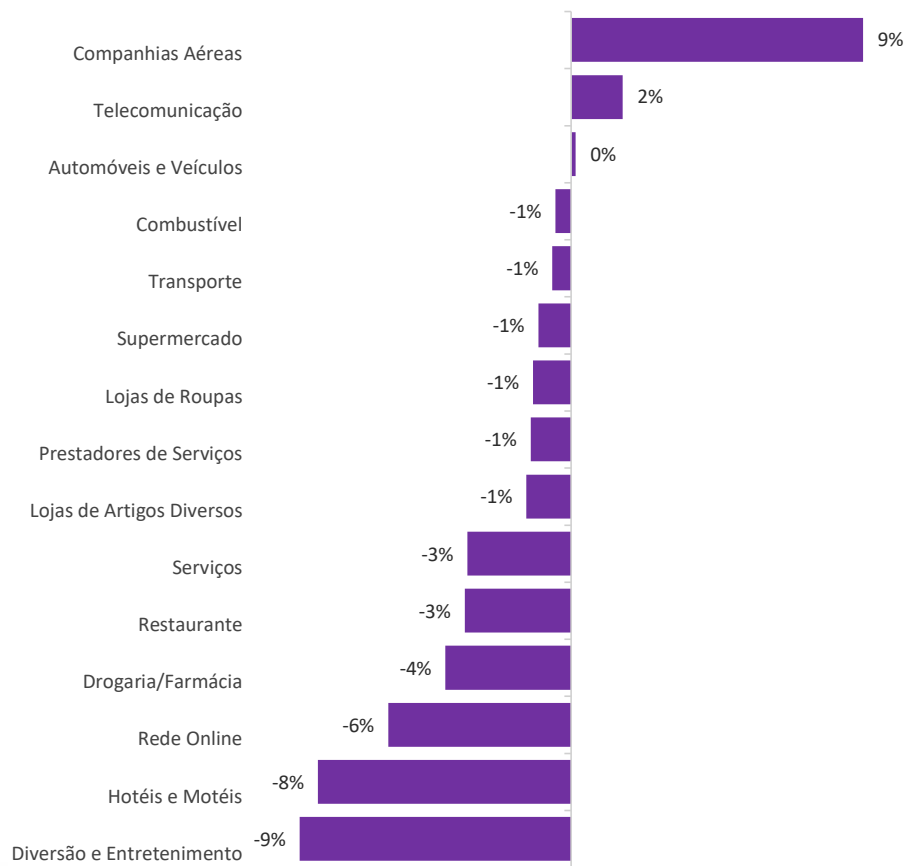




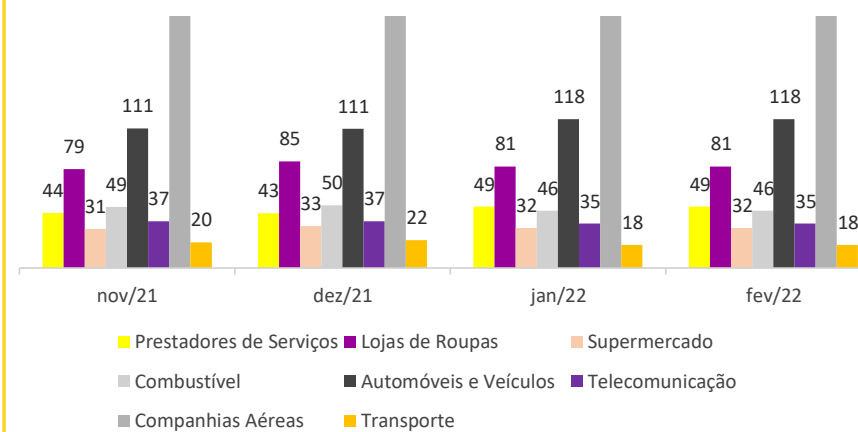
Segmentos – Ticket Médio



Percentual de Variação do Ticket Médio Fev/22 vs Jan/22



Top 8 Volumes de segmento por Ticket Medio





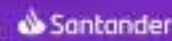
Índice Fev22

SUDESTE



superdigital

uma fintech



RIO DE JANEIRO - Fev/22

Usos Total

R\$ 8,3 MM

-11,8%

Variação Spending Usos Fev/22 vsJ Jan/22: -11,8%

Compras

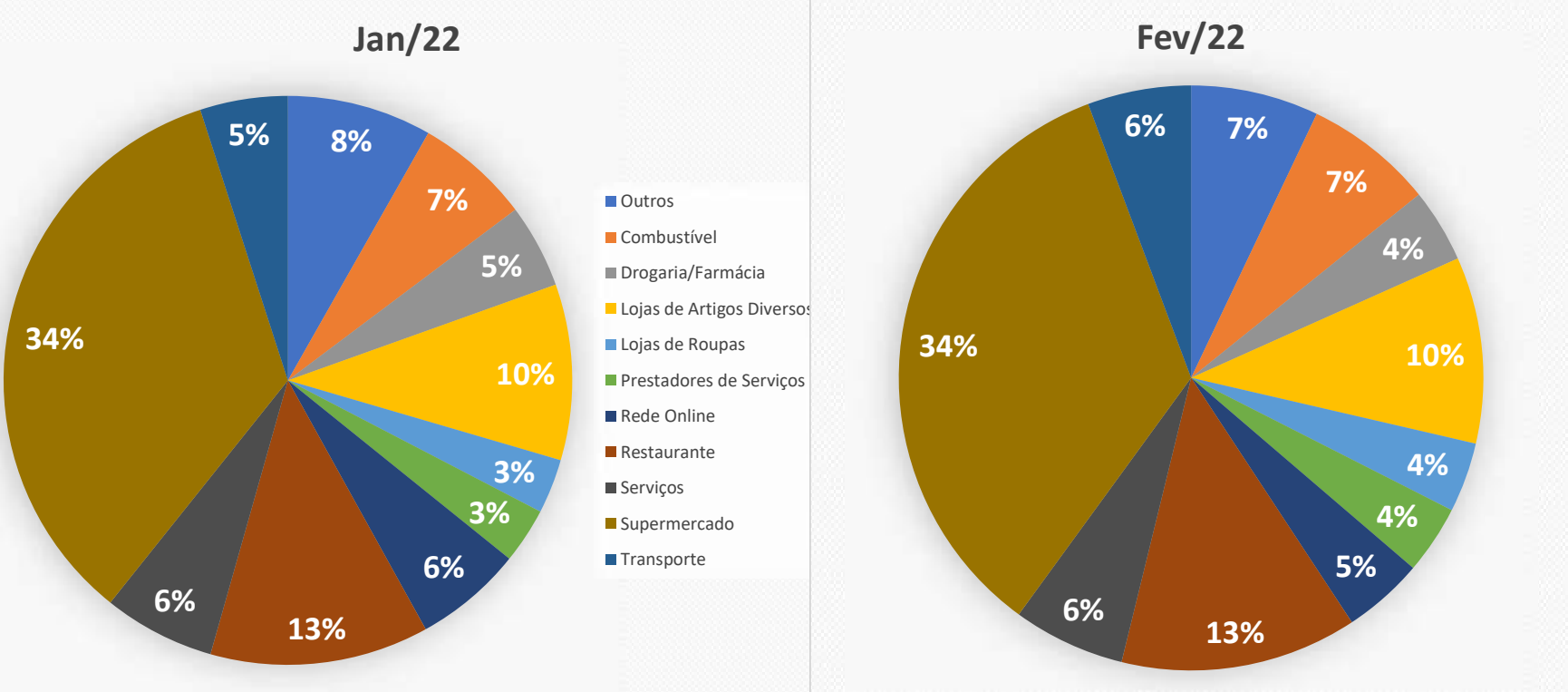
R\$ 5,9 MM

-14,3%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -14,3%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 5,9 MM
 Participação no Volume Compras Sudeste: 11,8%
 Participação no Volume Compras Total: 8,0%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -14,3%
Participação Base30 Sudeste: 15,3%
Participação Base30 Total: 8,9%

Segmentos – Participação de Compras

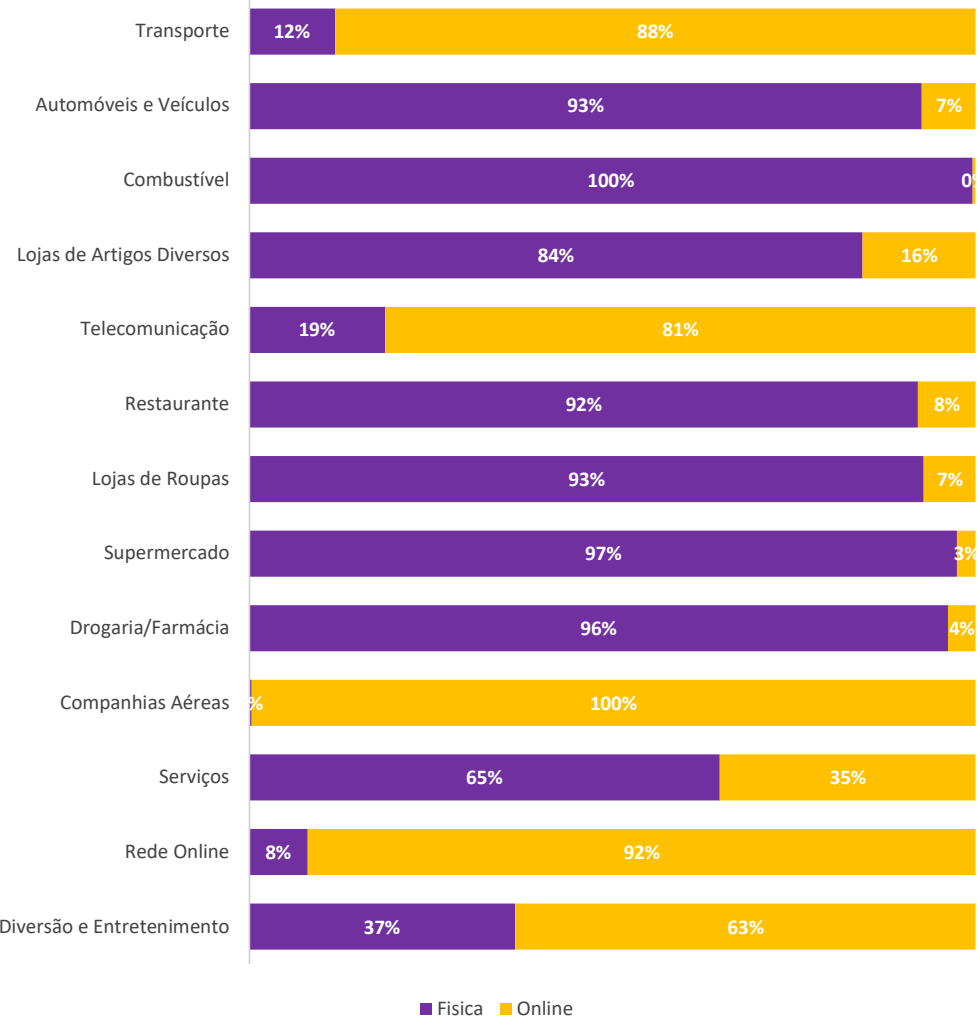


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/21

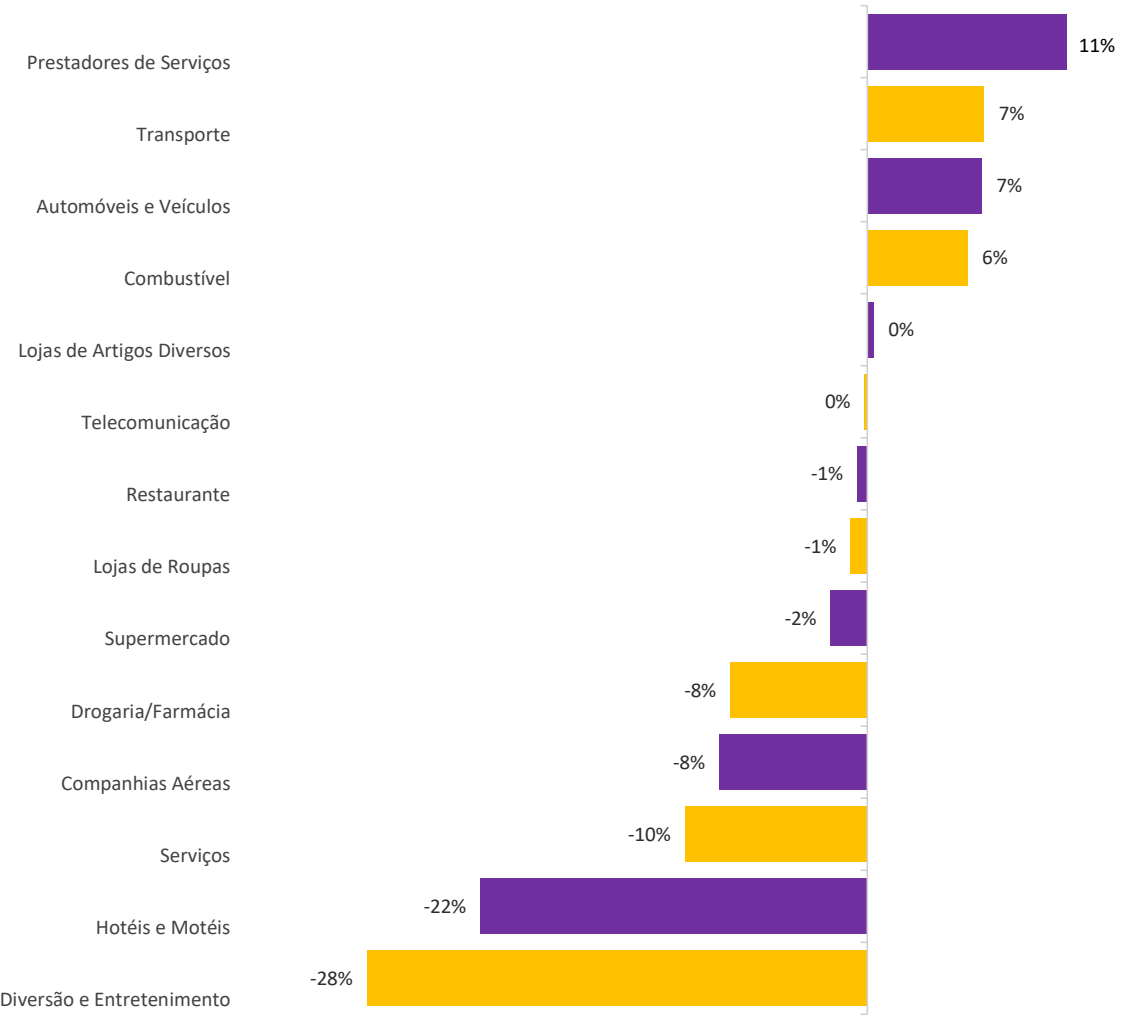
- 1p.p.% Loja de Roupas
- 1p.p.% Transporte
- + 1p.p.% Combustível
- + 1p.p.% Farmácia

RIO DE JANEIRO - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



SÃO PAULO- Fev/22

Usos Total

R\$ 50,4 MM

+1,2%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: +1,2%

Compras

R\$ 36,9 MM

+0,2%

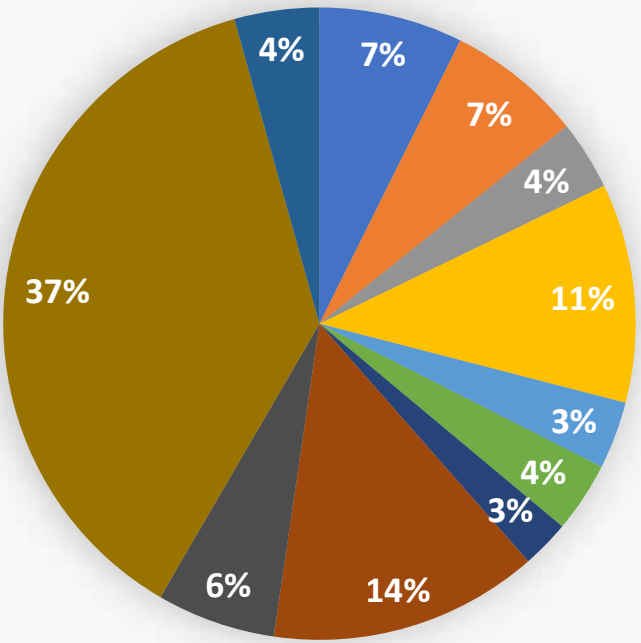
Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: +0,2%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$50,4 MM
 Participação no Volume Compras Sudeste: 74,19%
 Participação no Volume Compras Total: 49,9%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: +0,2%

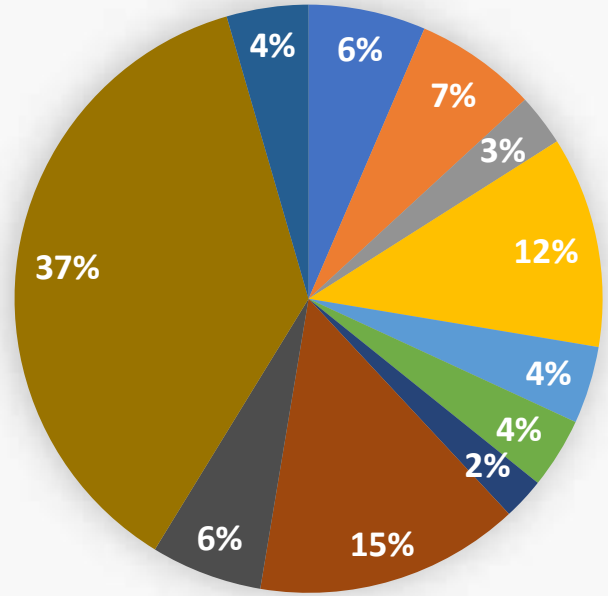
Participação Base30 Sudeste: 65,2%
Participação Base30 Total: 38,0%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22



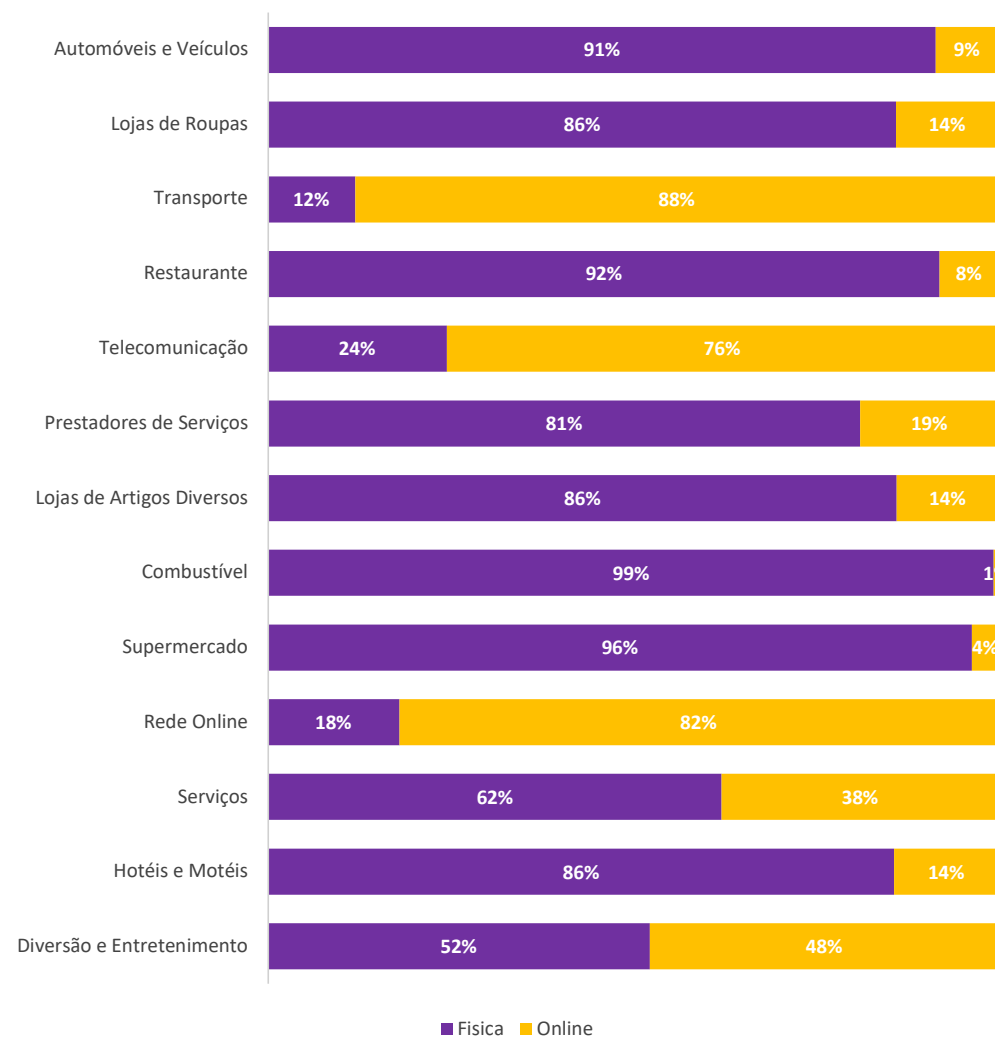
- Outros
- Combustível
- Drogaria/Farmácia
- Lojas de Artigos Diversos
- Lojas de Roupas
- Prestadores de Serviços
- Rede Online
- Restaurante
- Serviços
- Supermercado
- Transporte

Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

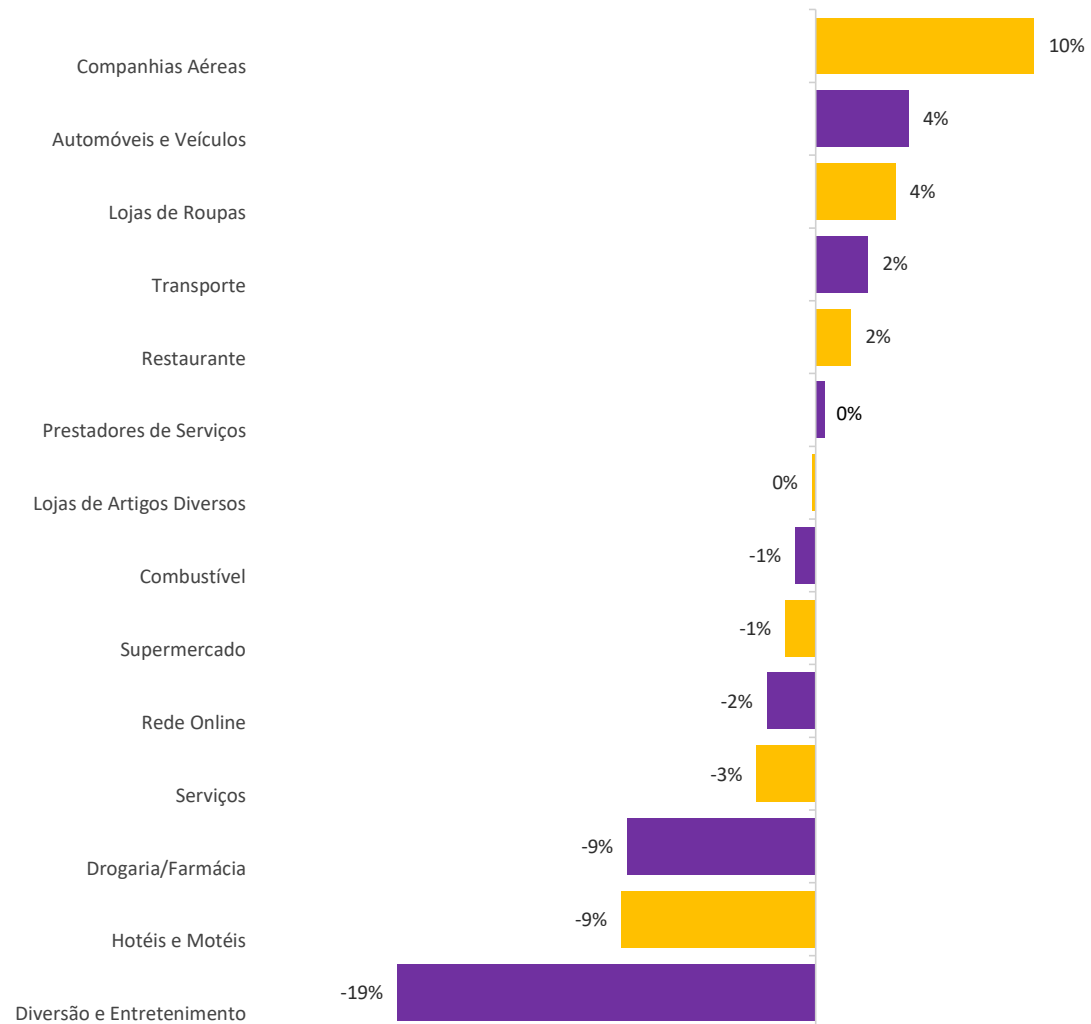
- 1 p.p.% Farmácia
- 1p.p.% Transporte
- + 1 p.p.% Loja de Artigos
- + 1 p.p.% Restaurante

SÃO PAULO - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



MINAS GERAIS - Fev/22

Usos Total

R\$ 8,7 MM

+0,1%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: +0,1%

Compras

R\$ 6,4 MM

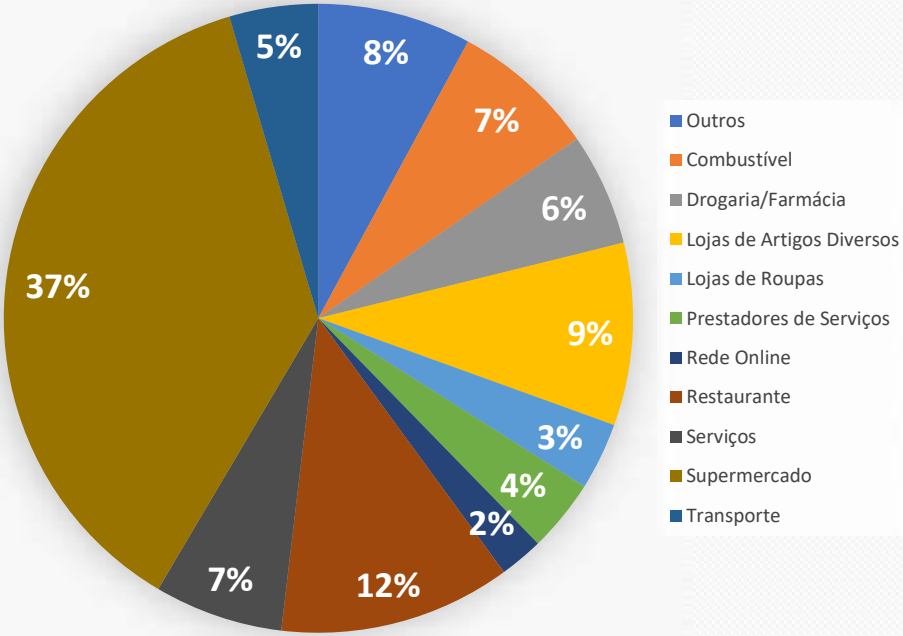
+1,0%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: +1,0%

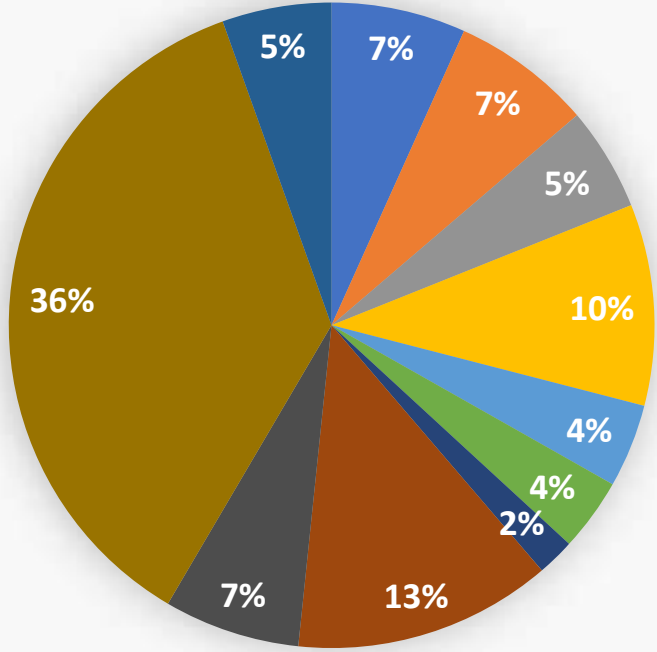
Volume de Compras (Fev22) - R\$ 6,4 MM
 Participação no Volume Compras Sudeste: 12,9%
 Participação no Volume Compras Total: 8,6%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -0,1%
Participação Base30 Sudeste: 17,9%
Participação Base30 Total: 10,5%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22

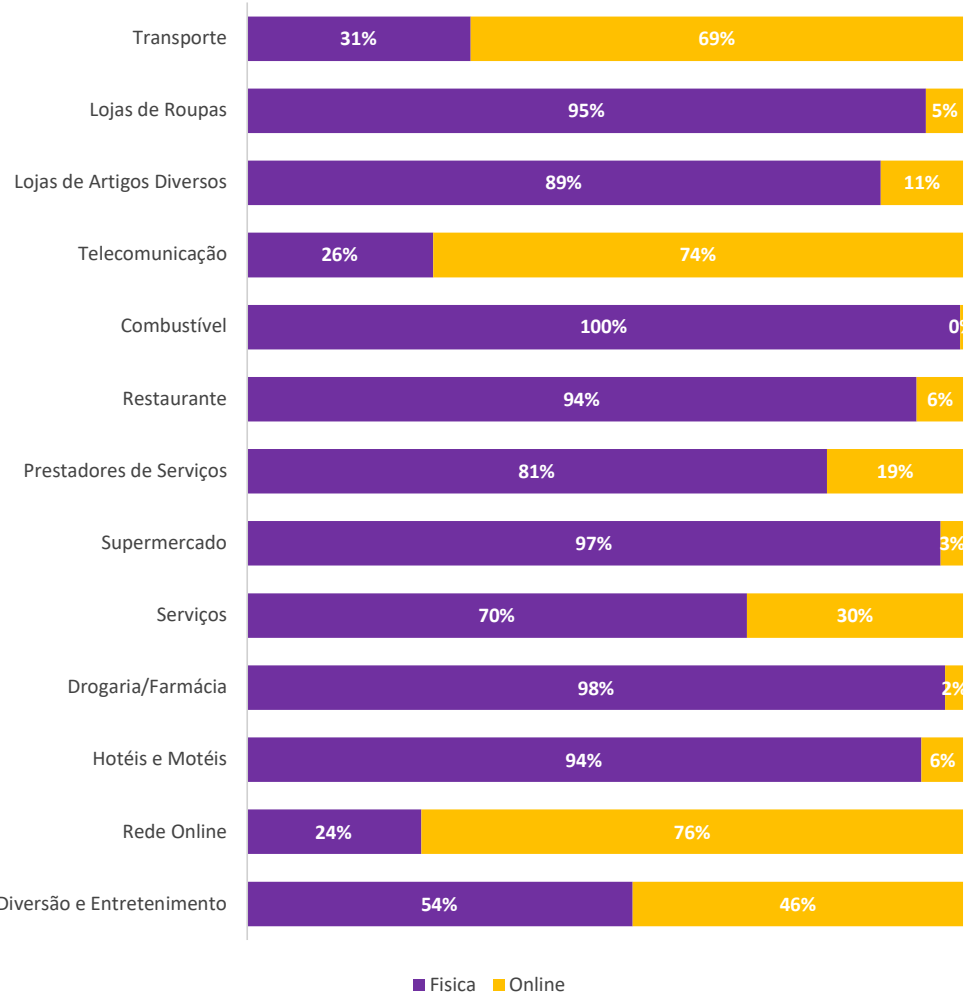


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

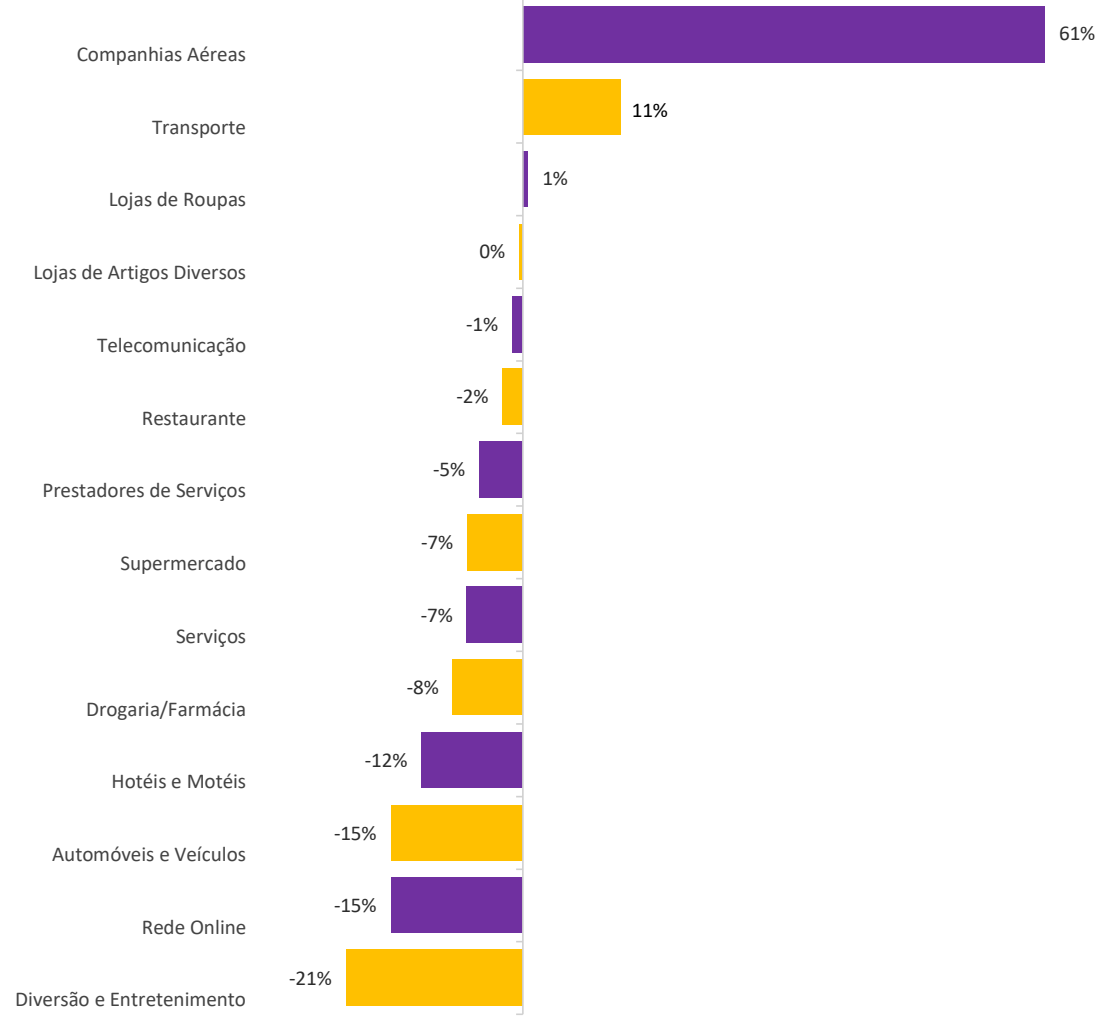
- 1 p.p.% Farmácia
- 1 p.p.% Supermercado
- +1p.p.% Loja de Artigos
- +1p.p.% Restaurante

MINAS GERAIS – Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento – Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



ESPIRITO SANTO- Fev/22

Usos Total

R\$ 0,6 MM

-4,0%

Varição Spending Usos Jan/22 vs Fev/22: -4,0%

Compras

R\$ 0,5 MM

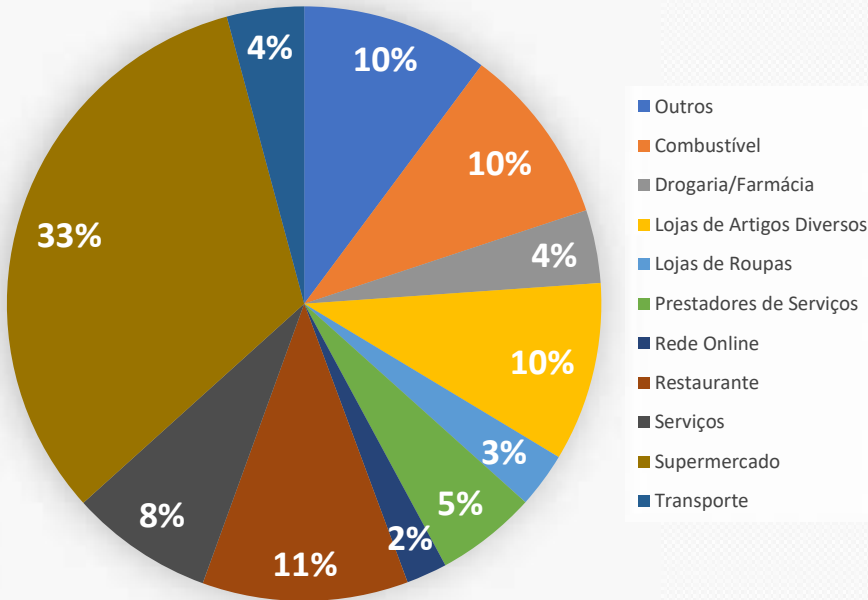
-3,9%

Varição Spending Compras Jan/22 vs Fev/22: -3,9%

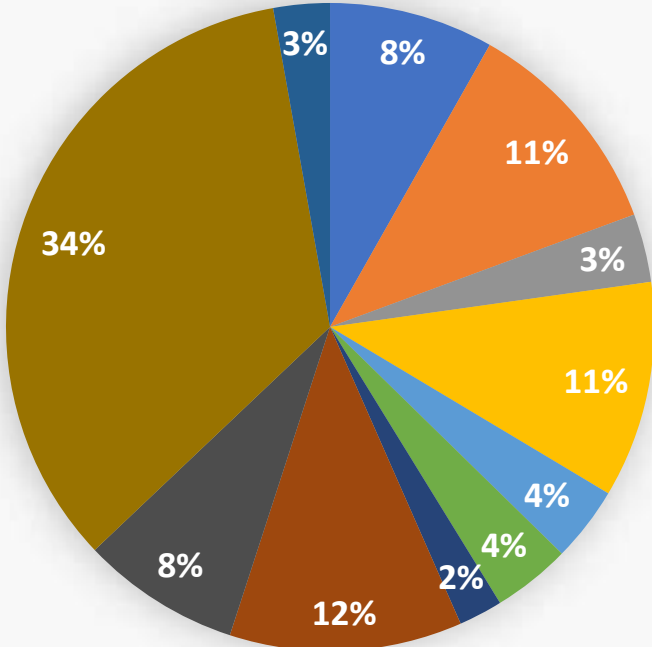
Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 0,5 MM
 Participação no Volume Compras Sudeste: 1,1%
 Participação no Volume Compras Total: 0,7%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22:-4,0%
Participação Base30 Sudeste: 1,4%
Participação Base30 Total: 0,8%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22

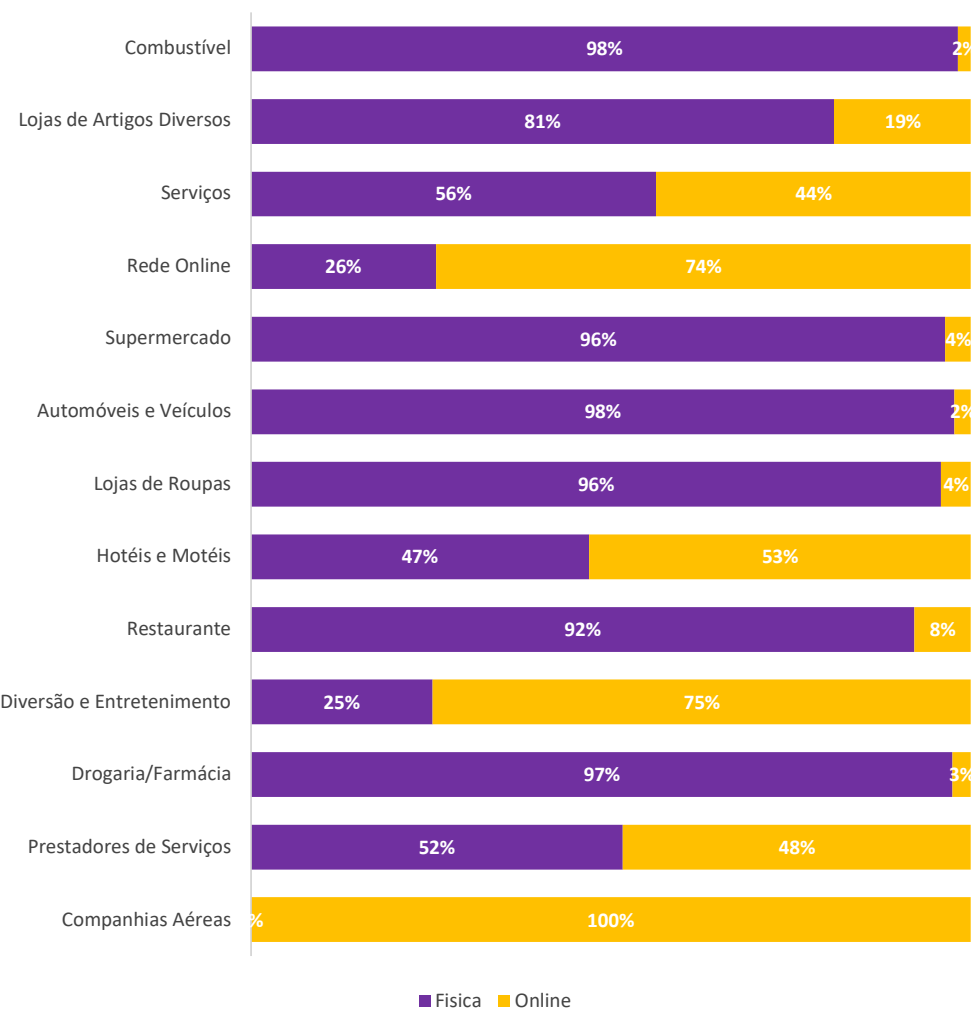


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

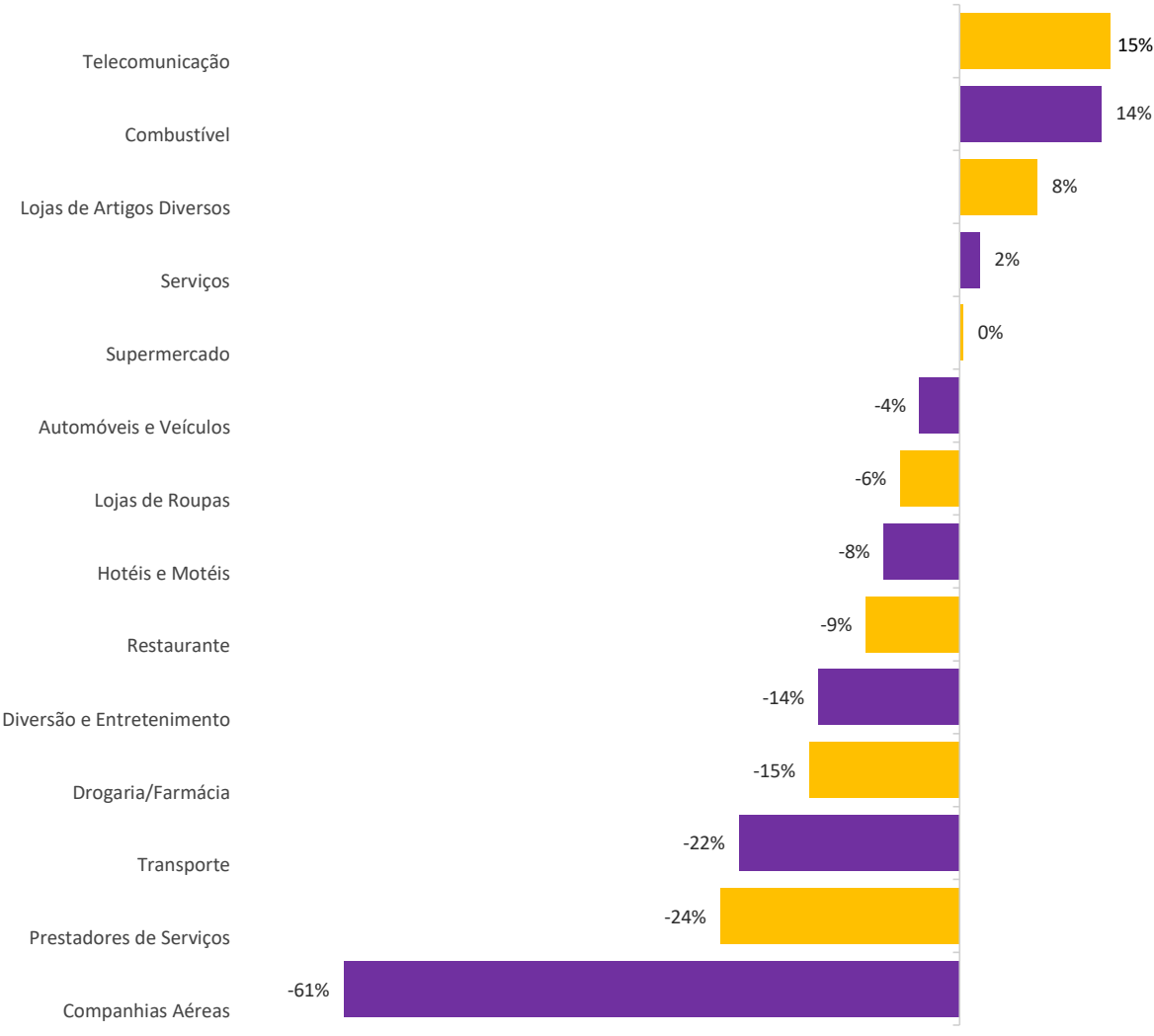
- 1p.p.% Farmácia
- 4 p.p.% Loja de Roupas
- +1p.p.% Prestadores de Serviço
- +1p.p.% Supermercado

ESPIRITO SANTO - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22





Índice Fev22

SUL



superdigital

uma fintech



Santander

RIO GRANDE DO SUL - Fev/22

Usos Total

R\$ 2,9 MM

-0,6%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -0,6%

Compras

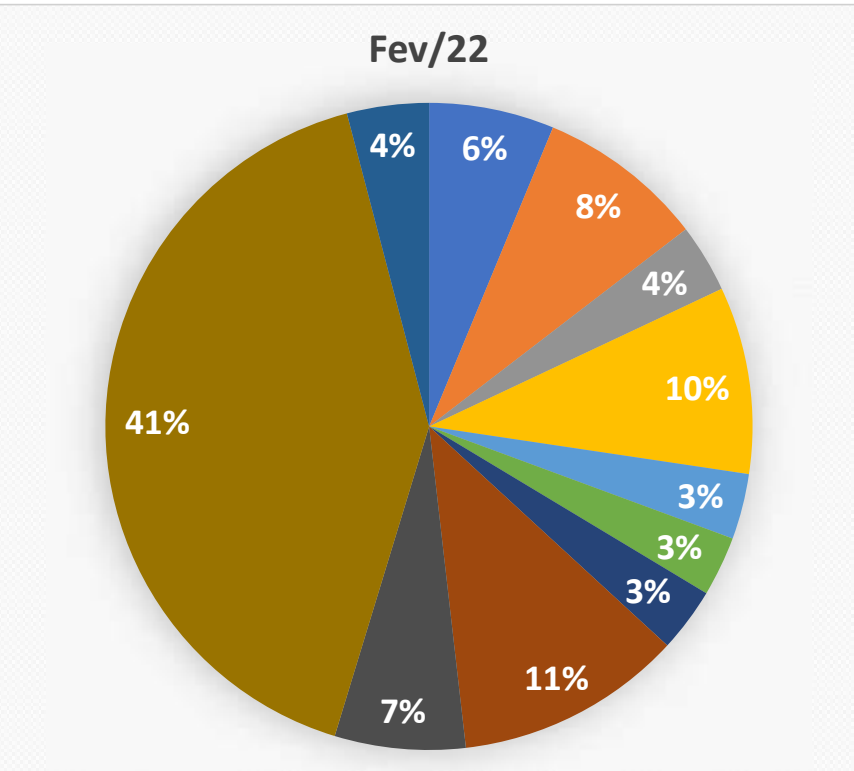
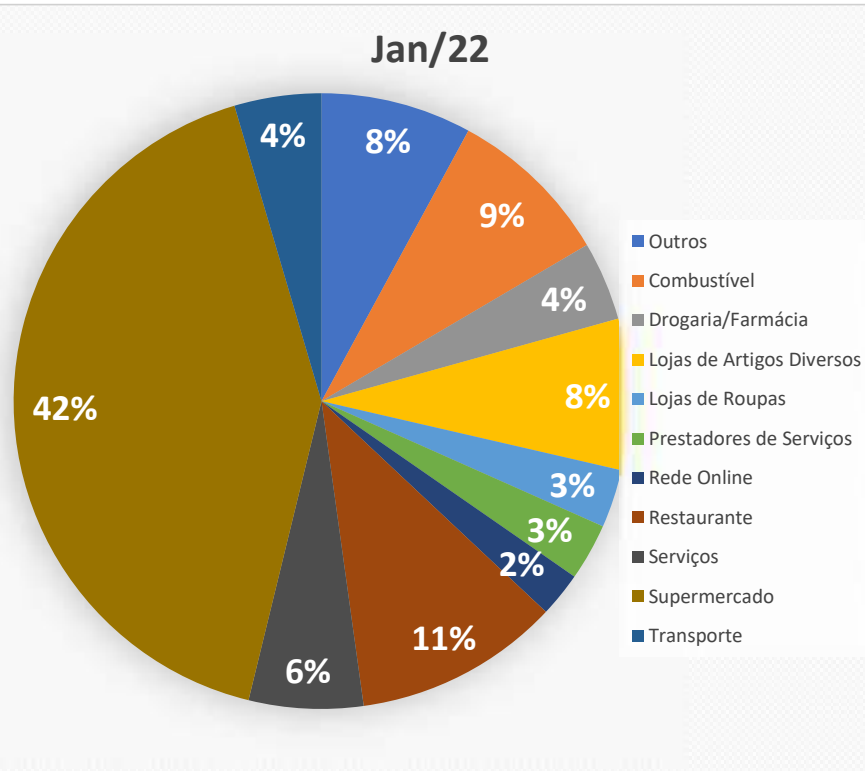
R\$ 2,3 MM

-2,4%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -2,4%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$2,3 MM
 Participação no Volume Compras Sul: 27,0%
 Participação no Volume Compras Total: 3,1%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -0,6%
Participação Base30 Sul: 27,7%
Participação Base30 Total: 2,2%

Segmentos – Participação de Compras

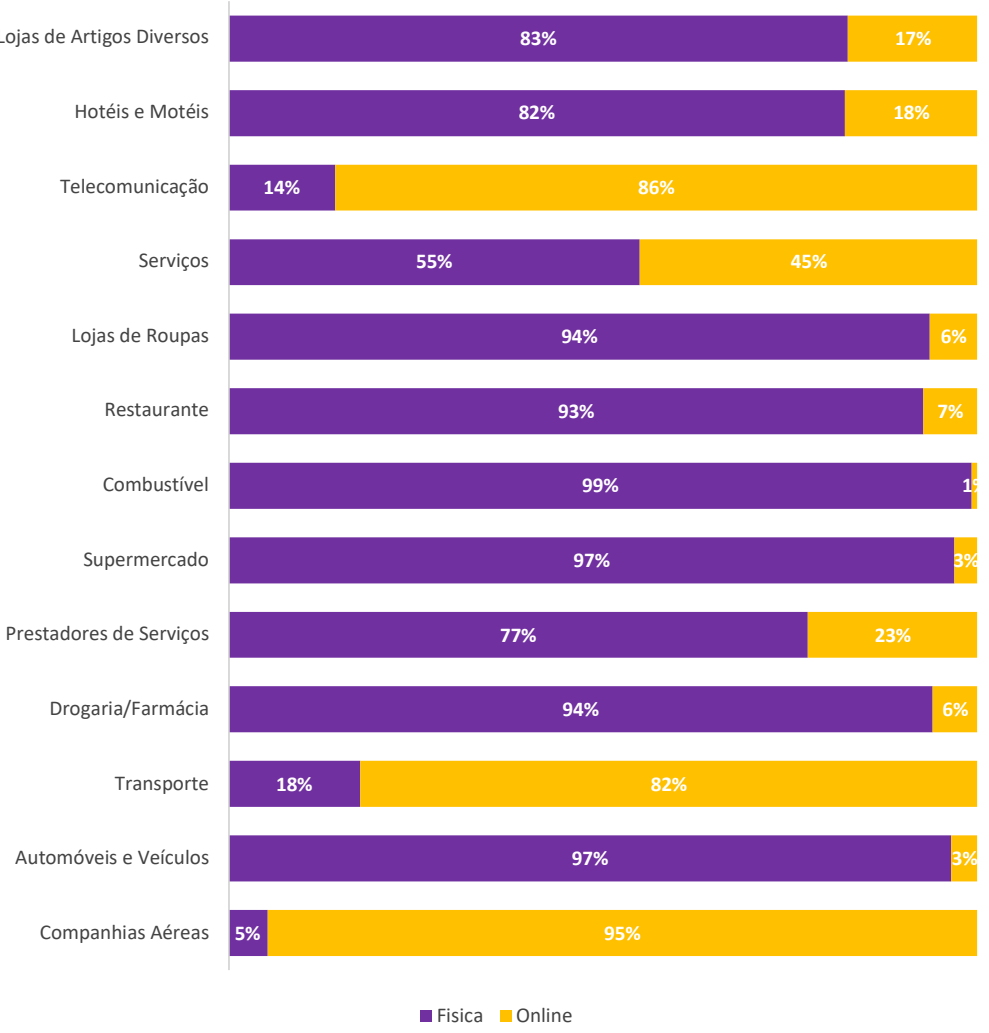


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

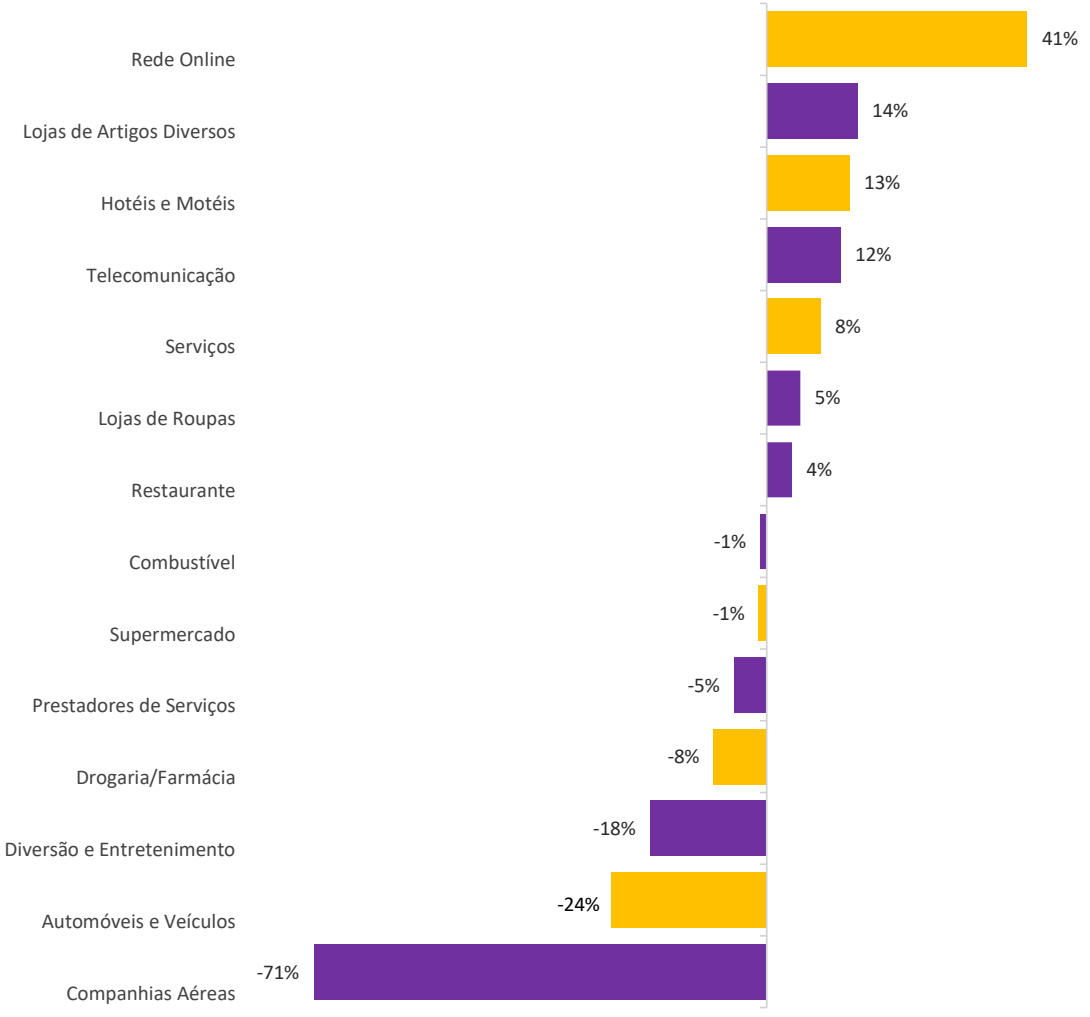
- 1 p.p.% Combustível
- 1 p.p.% Supermercado
- + 2 p.p.% Loja de Artigos
- + 1 p.p.% Transporte

RIO GRANDE DO SUL - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



PARANA – Fev/22

Usos Total

R\$ 5,3 MM

- 3,5%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -3,5%

Compras

R\$ 4,1 MM

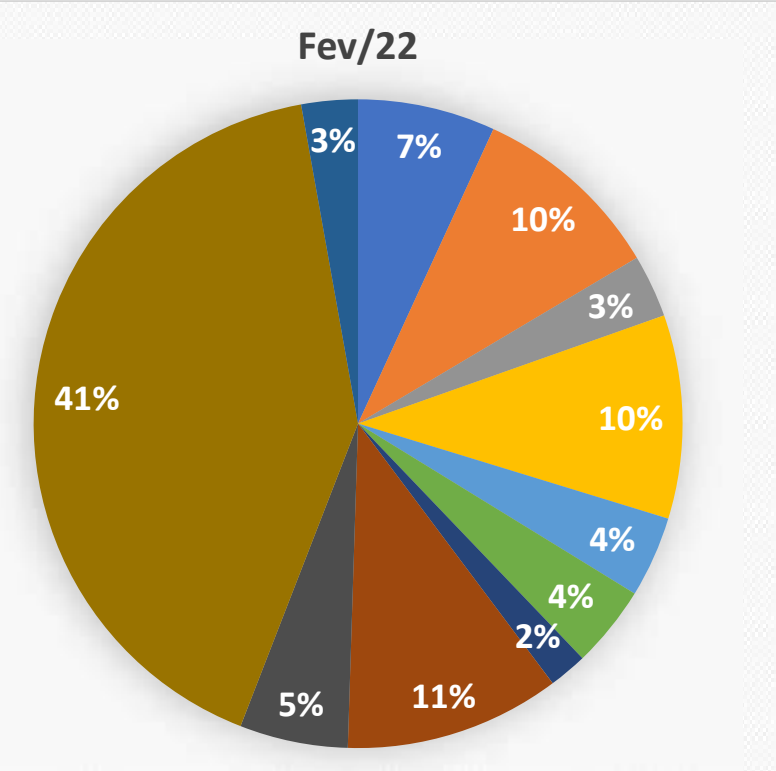
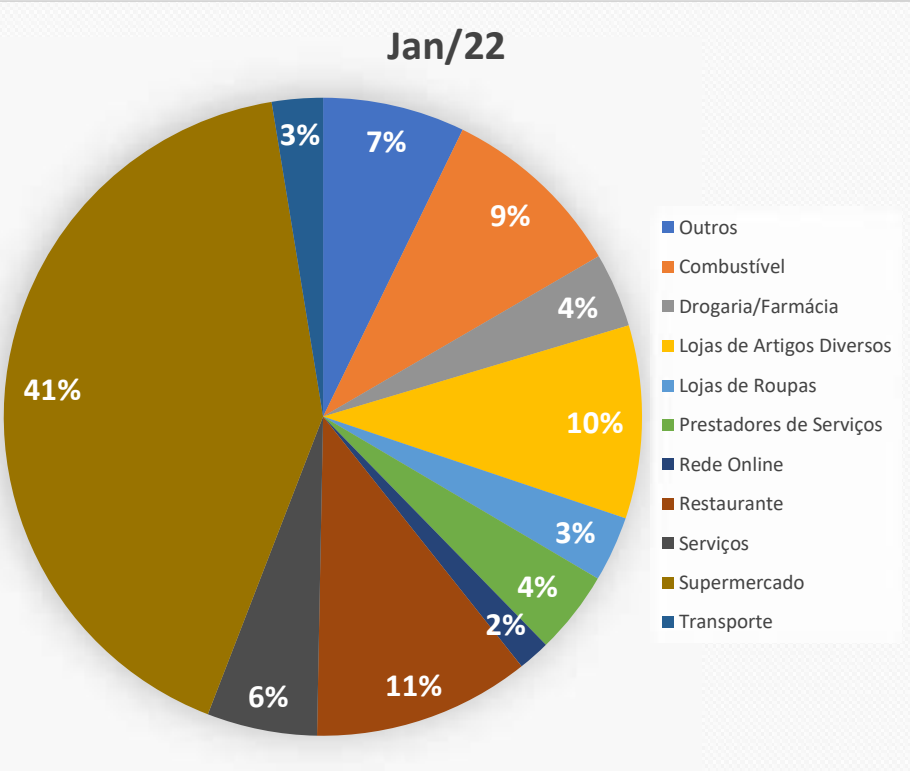
- 4,0%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -4,0%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 4,1 MM
 Participação no Volume Compras Sul: 48,9%
 Participação no Volume Compras Total: 5,6%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -4,0%

Participação Base30 Sul: 50,6%
Participação Base30 Total: 4%

Segmentos – Participação de Compras

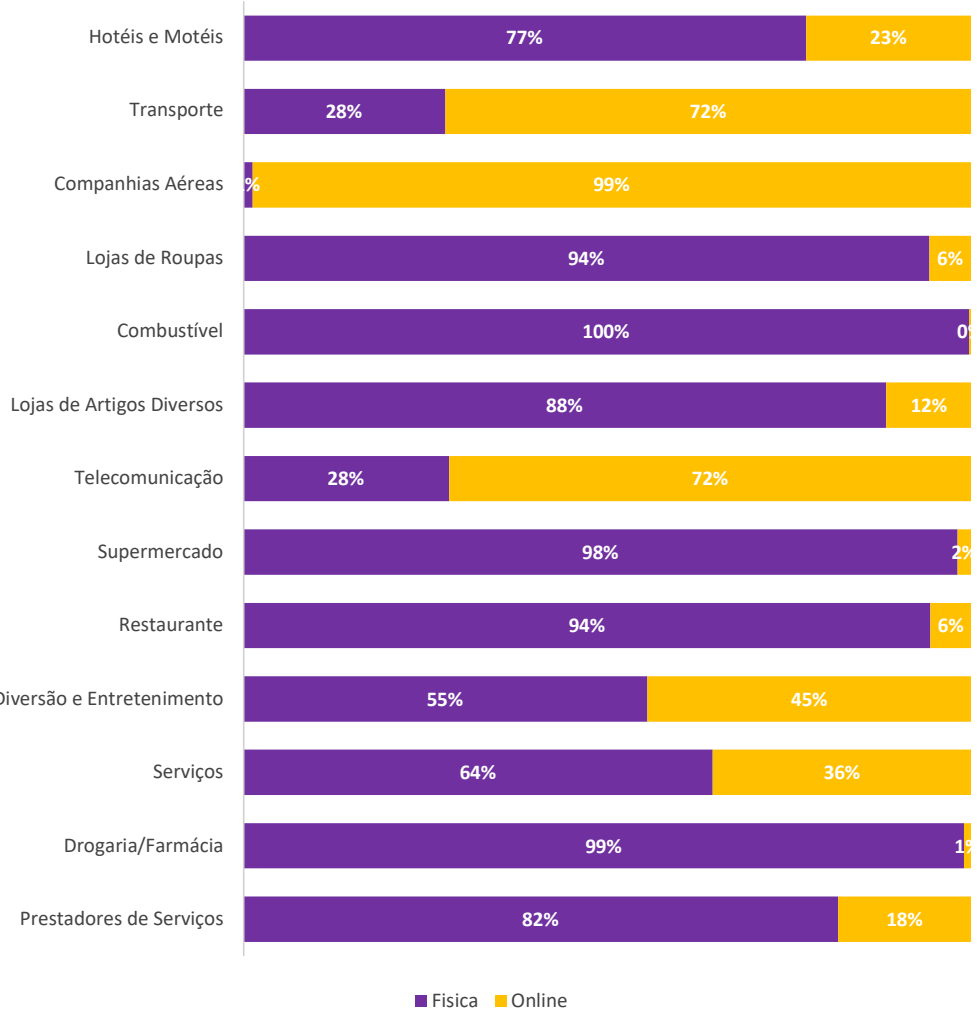


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

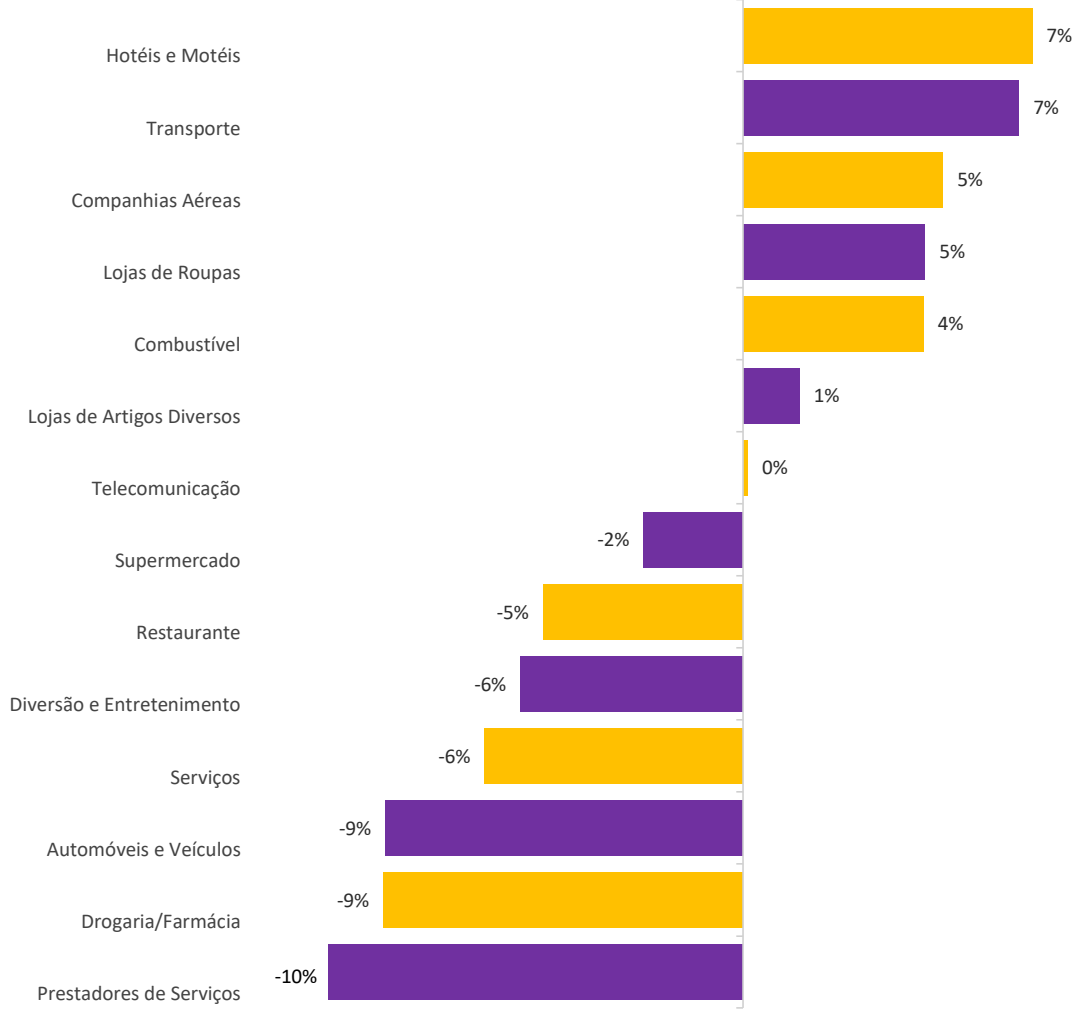
- 1 p.p.% Serviços
- 1 p.p.% Farmácia
- + 1 p.p.% Combustível
- + 1 p.p.% Loja de Roupas

PARANA- Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22





Índice Fev22

CENTRO OESTE



superdigital

uma fintech

Santander

GOIÁS - Fev/22

Usos Total

R\$ 2,0 MM

- 9,5%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -9,5%

Compras

R\$ 1,5 MM

- 12,2%

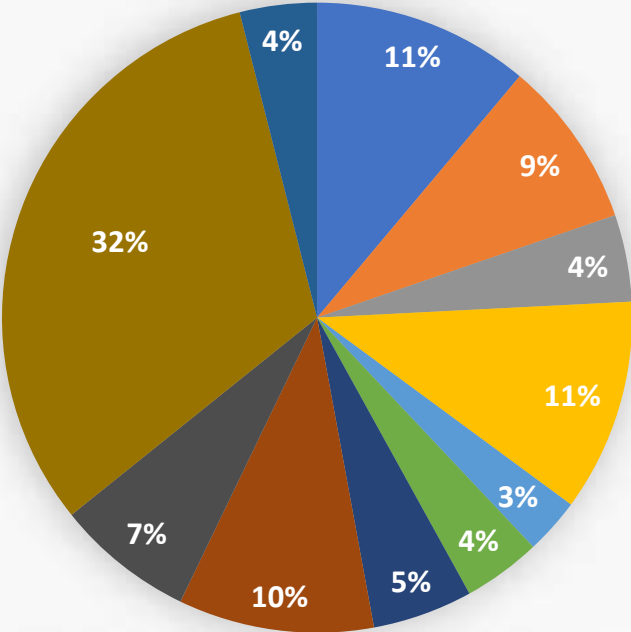
Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -12,2%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$1,5 MM
 Participação no Volume Compras Centro Oeste: 42,9%
 Participação no Volume Compras Total: 2,1%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22:- 12,2%

Participação Base30 Centro Oeste: 47,9%
Participação Base30 Total: 2,0%

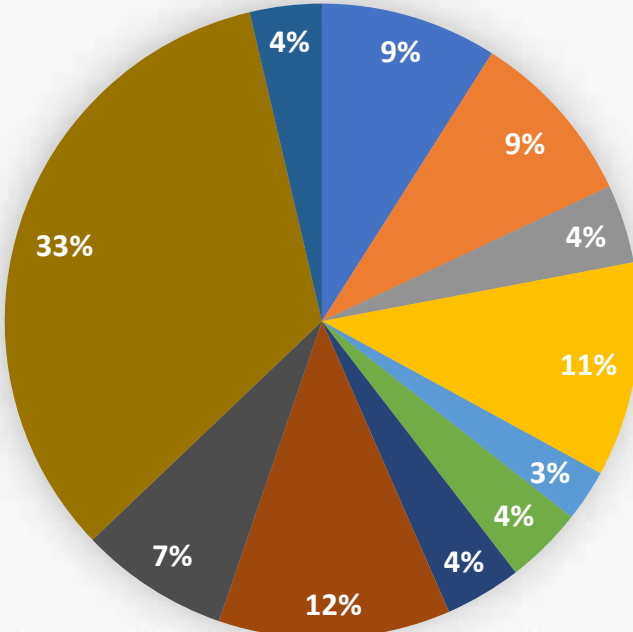
Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



- Outros
- Combustível
- Drogaria/Farmácia
- Lojas de Artigos Diversos
- Lojas de Roupas
- Prestadores de Serviços
- Rede Online
- Restaurante
- Serviços
- Supermercado
- Transporte

Fev/22

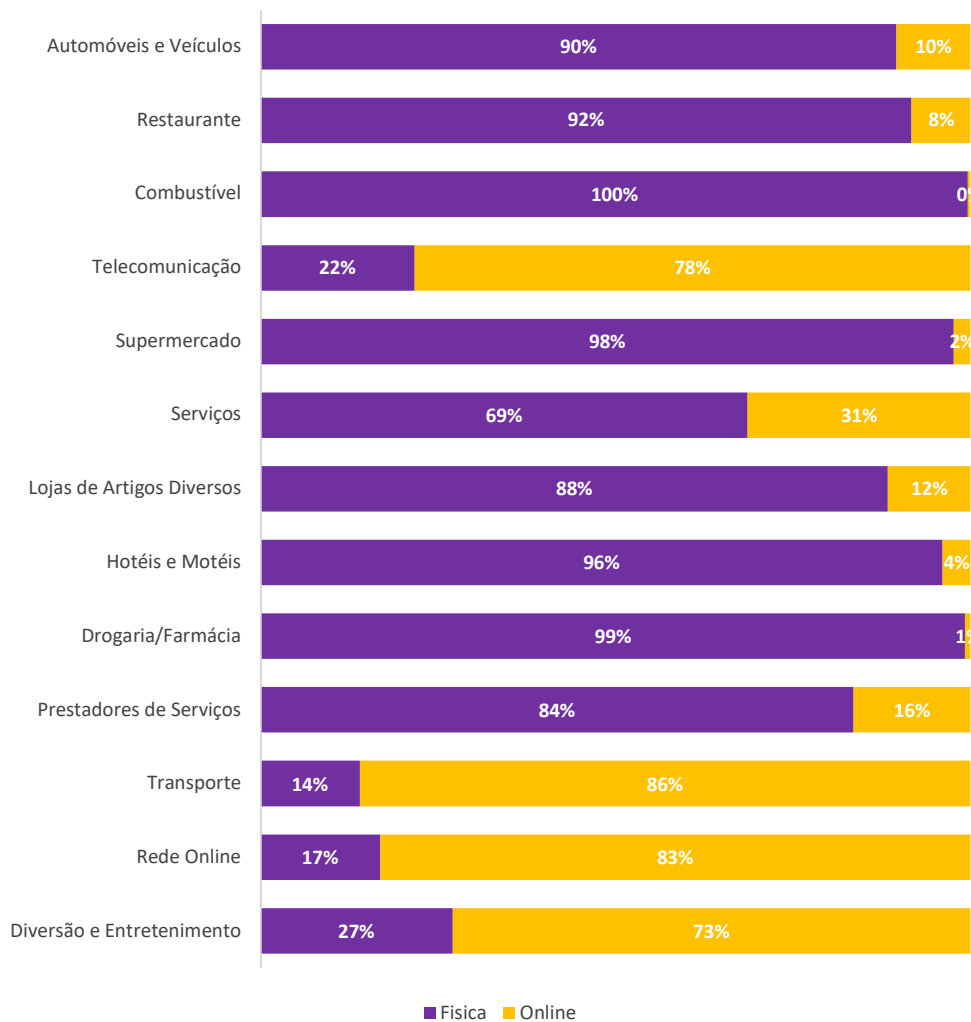


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

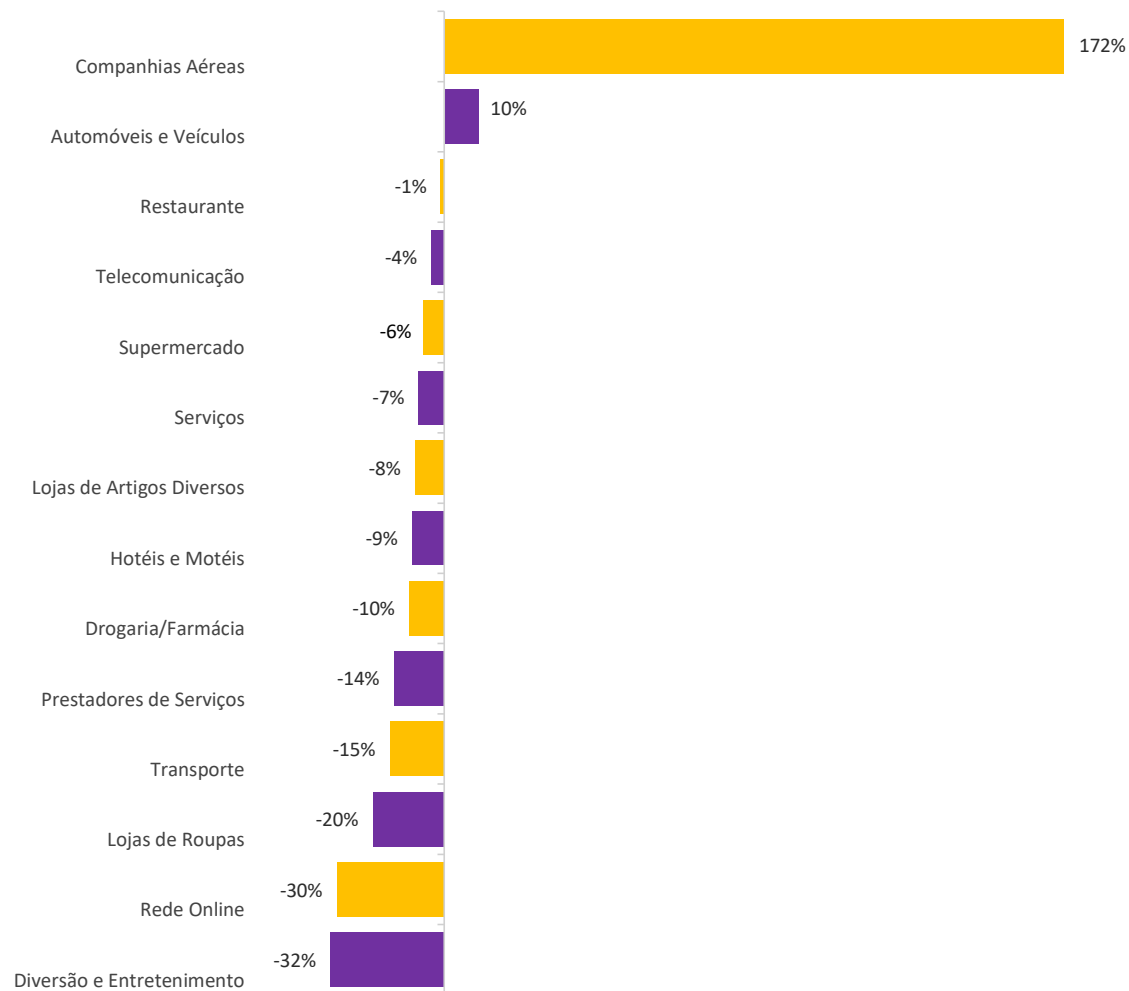
- 2 p.p.% Outros
- 1 p.p.% Rede Online
- + 2 p.p.% Restaurante
- + 1 p.p.% Supermercado

GOIÁS- Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento – Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



MATO GROSSO - Fev/22

Usos Total

R\$ 0,9 MM

- 4,3%

Varição Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -4,3%

Compras

R\$ 0,7 MM

- 4,3%

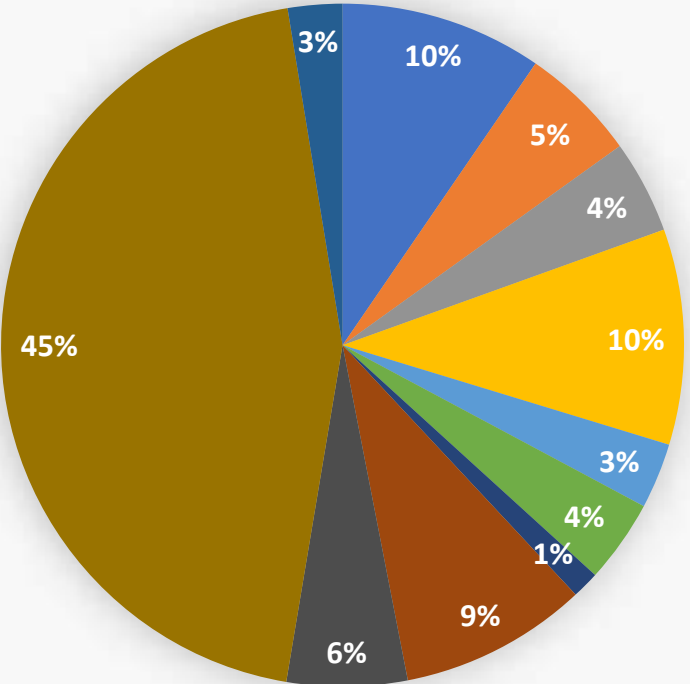
Varição Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -4,3%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 0,7 MM
 Participação no Volume Compras Centro Oeste: 21,5%
 Participação no Volume Compras Total: 1,0%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -4,3%

Participação Base30 Centro Oeste: 17,1%
 Participação Base30 Total: 0,7%

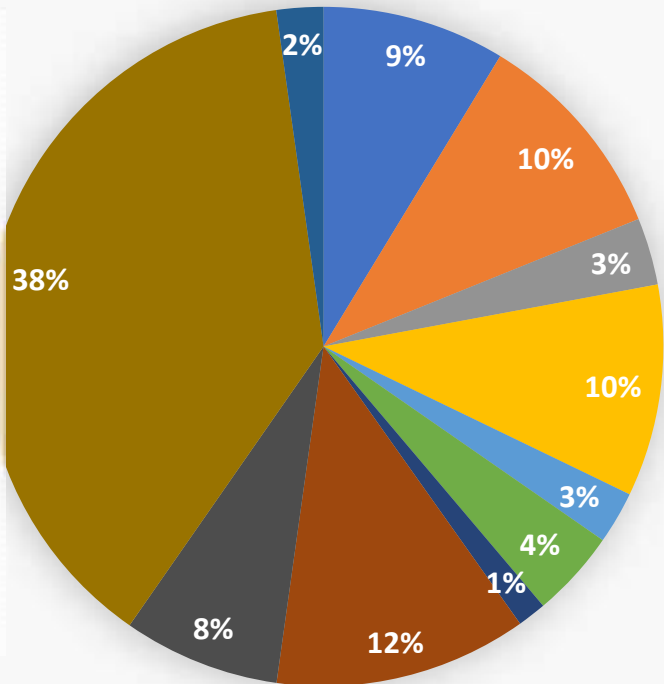
Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



- Outros
- Combustível
- Drogaria/Farmácia
- Lojas de Artigos Diversos
- Lojas de Roupas
- Prestadores de Serviços
- Rede Online
- Restaurante
- Serviços
- Supermercado
- Transporte

Fev/22

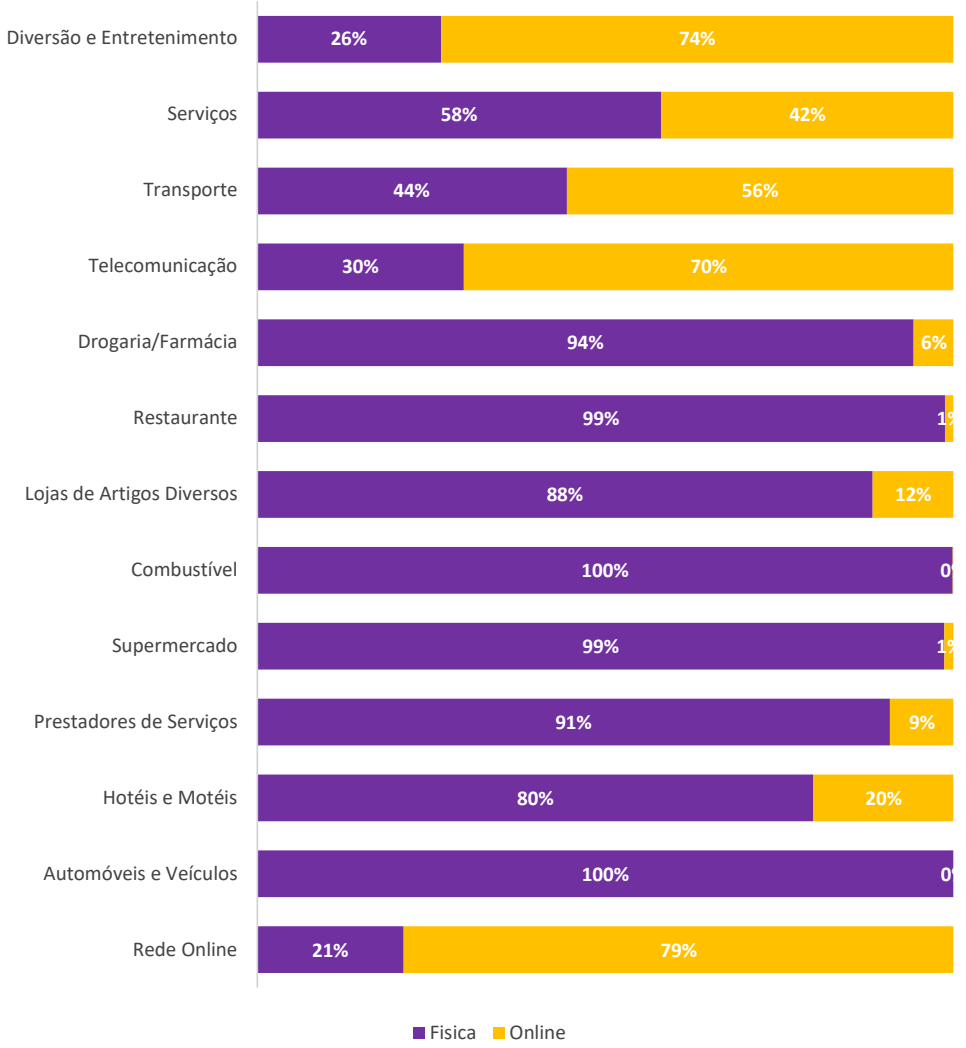


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

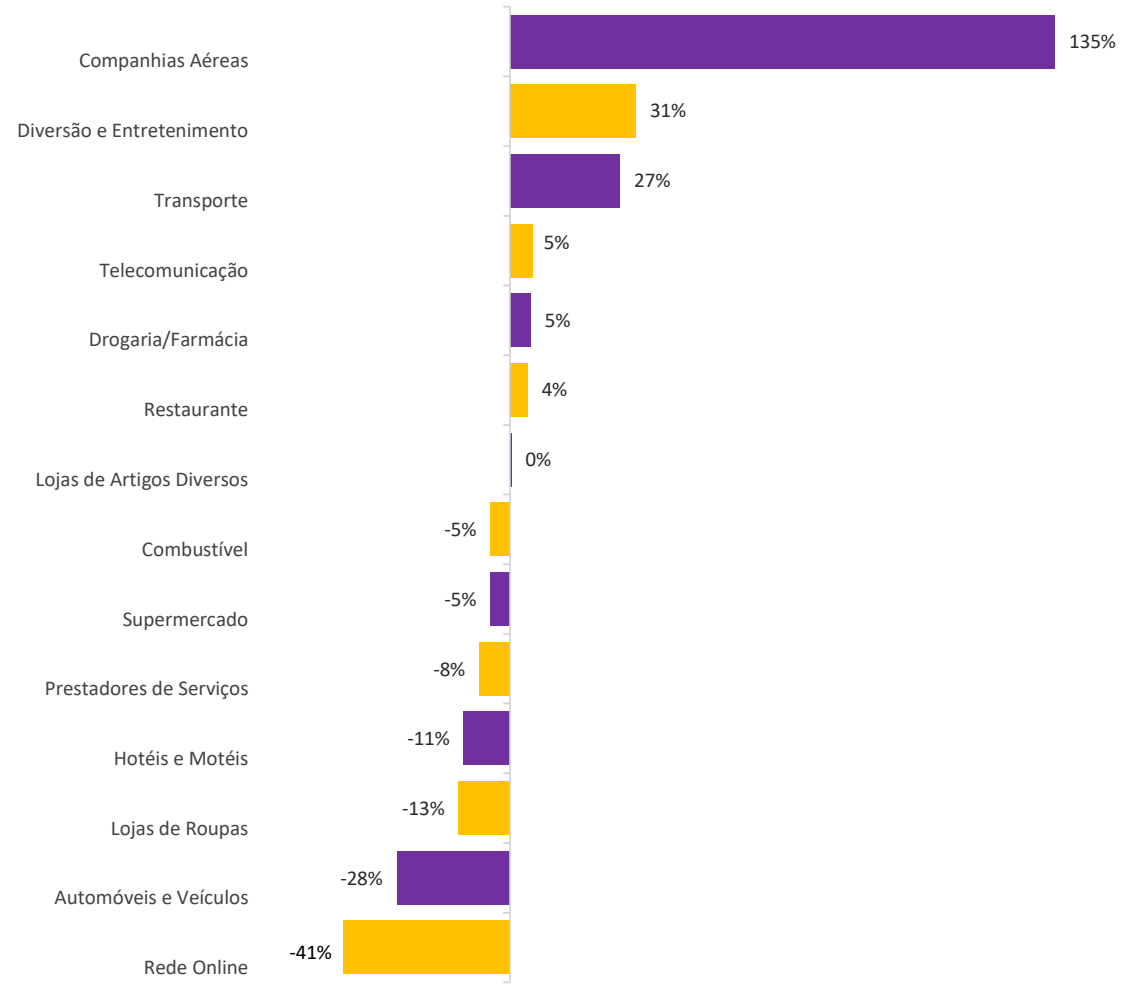
- 3 p.p.% Transporte
- 7 p.p.% Supermercado
- +3 p.p.% Restaurante
- +5 p.p.% Combustível

MATO GROSSO - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22





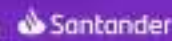
Índice Fev22

NORDESTE



superdigital

uma fintech



BAHIA - Fev/22

Usos Total

R\$ 3,4 MM

- 0,5%

Varição Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -0,5%

Compras

R\$ 2,3 MM

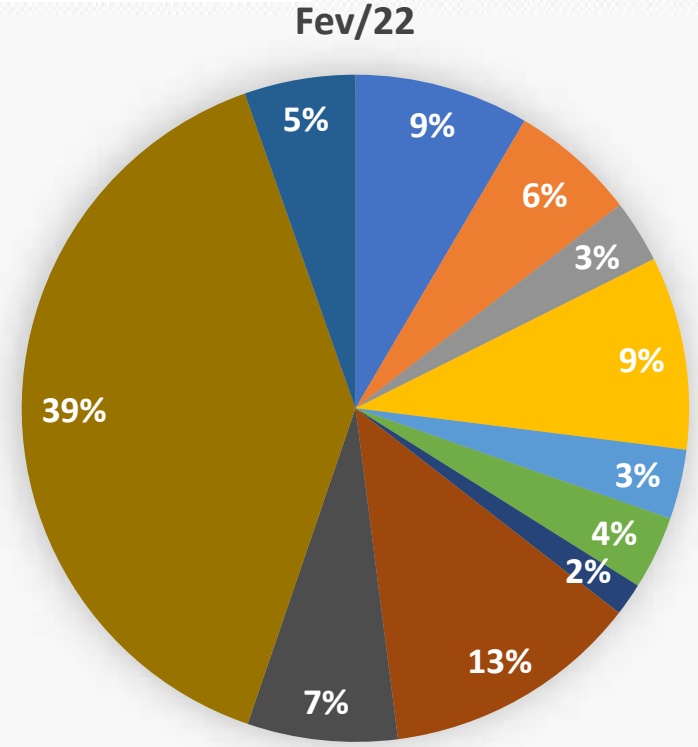
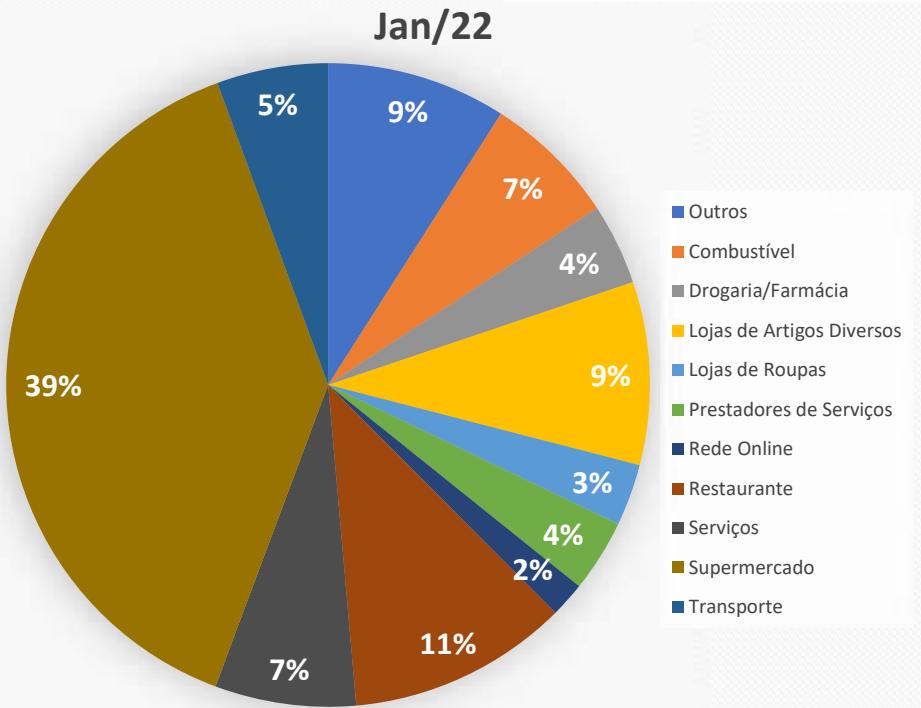
- 2,4%

Varição Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -2,4%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 2,3 MM
 Participação no Volume Compras Nordeste: 26,3%
 Participação no Volume Compras Total: 3,2%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -2,4%

Participação Base30 Nordeste: 21,17%
 Participação Base30 Total: 5,1%

Segmentos – Participação de Compras

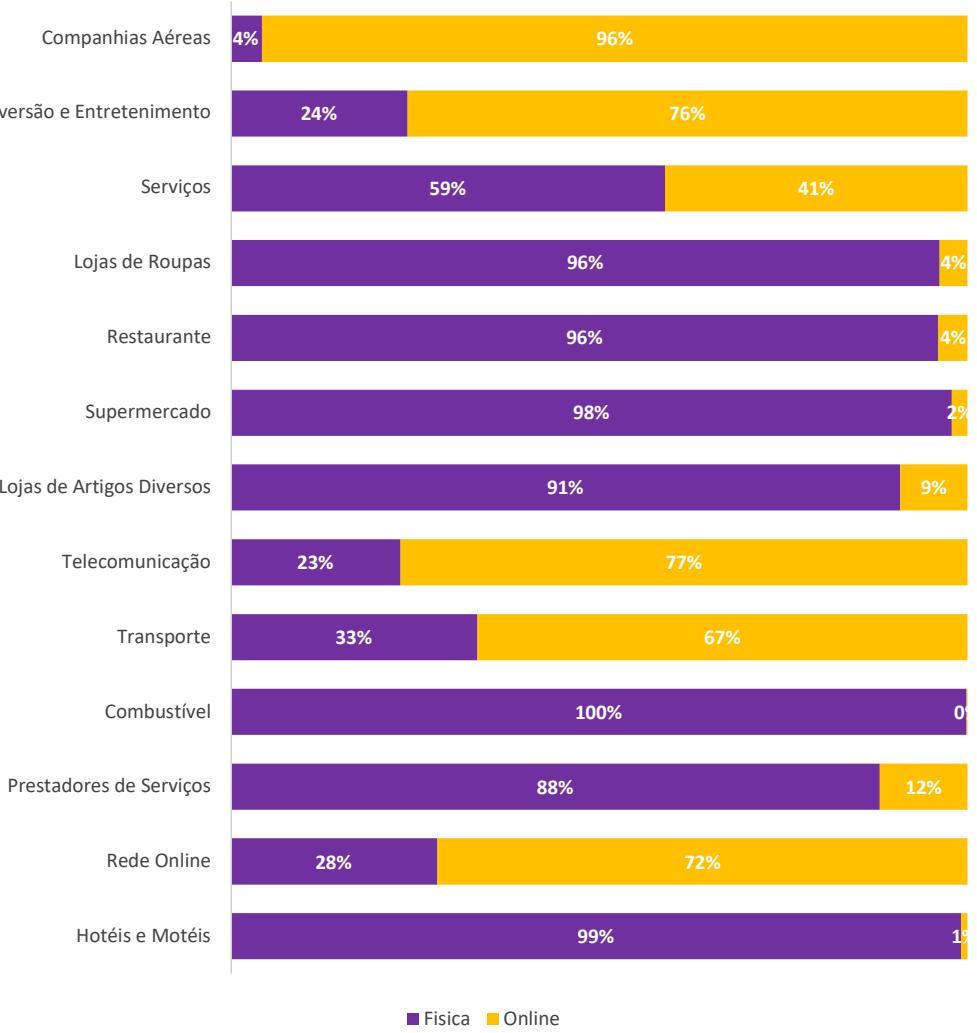


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

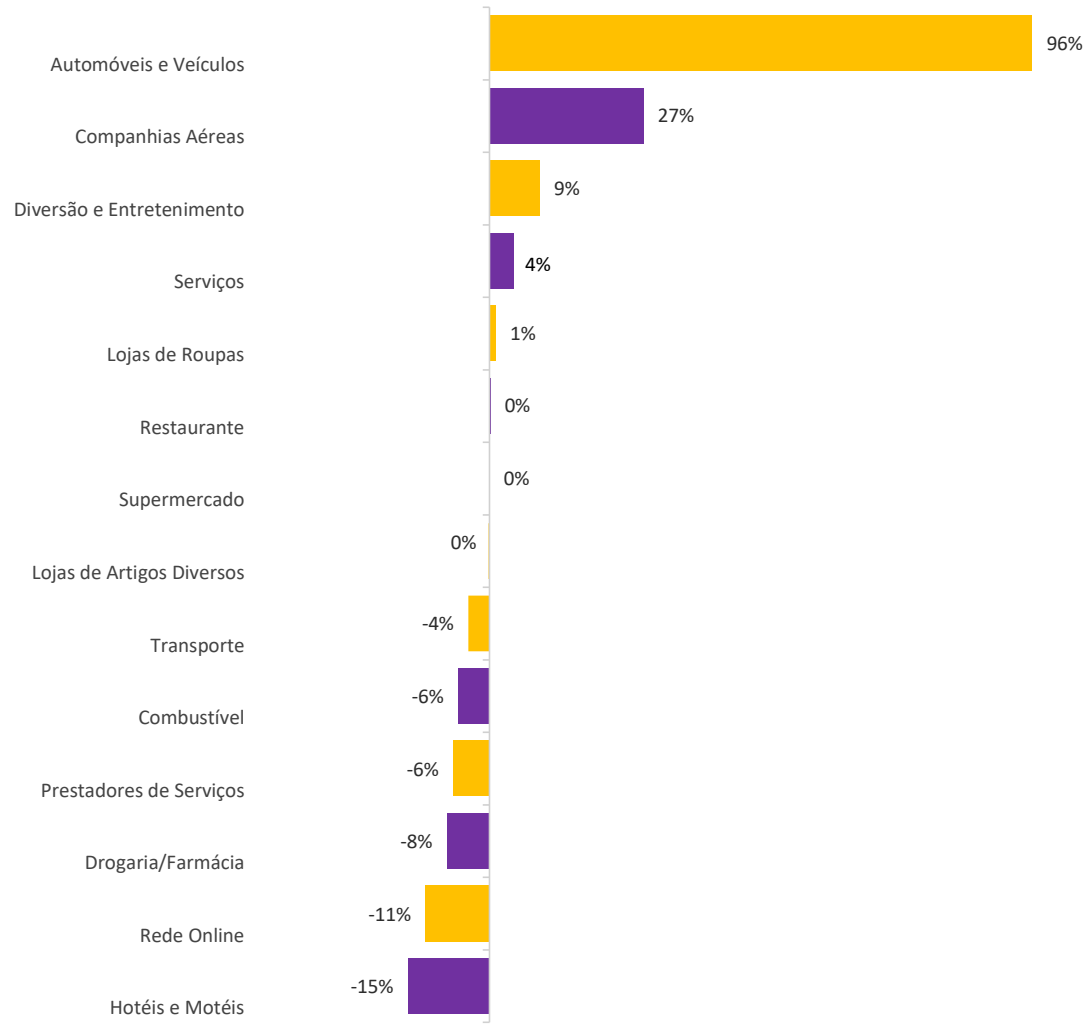
- 1 p.p.% Combustível
- 1 p.p.% Farmácia
- +2 p.p.% Restaurante
- +0,05 p.p.% Supermercado

BAHIA – Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento – Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



CEARÁ – Fev/22

Usos Total

R\$ 2,7 MM

- 1,0%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -1,0%

Compras

R\$ 1,6 MM

- 0,6%

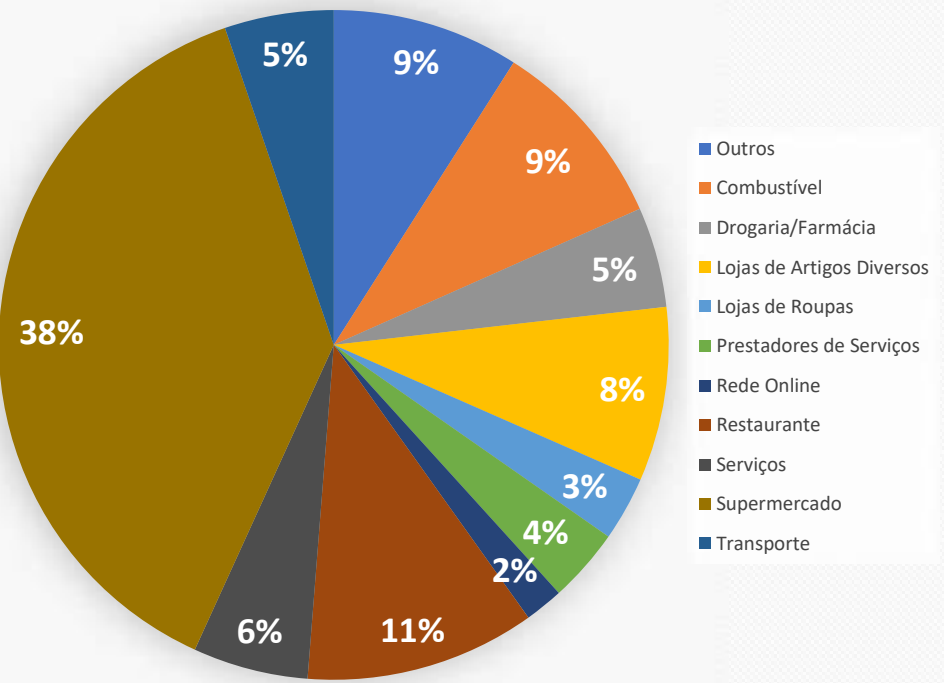
Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22 : -0,6%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 1,6 MM
 Participação no Volume Compras Nordeste: 18,1%
 Participação no Volume Compras Total: 2,2%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22 : -0,6%

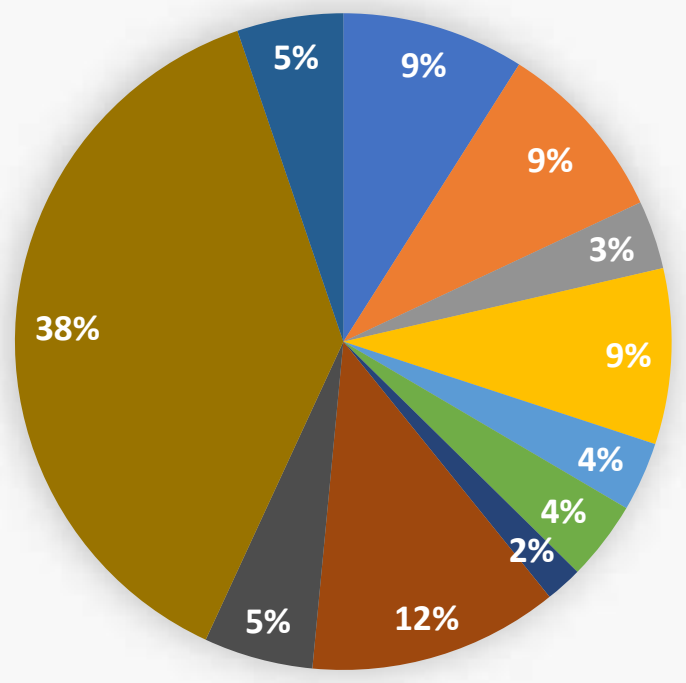
Participação Base30 Nordeste: 20,42%
 Participação Base30 Total: 4,9%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22

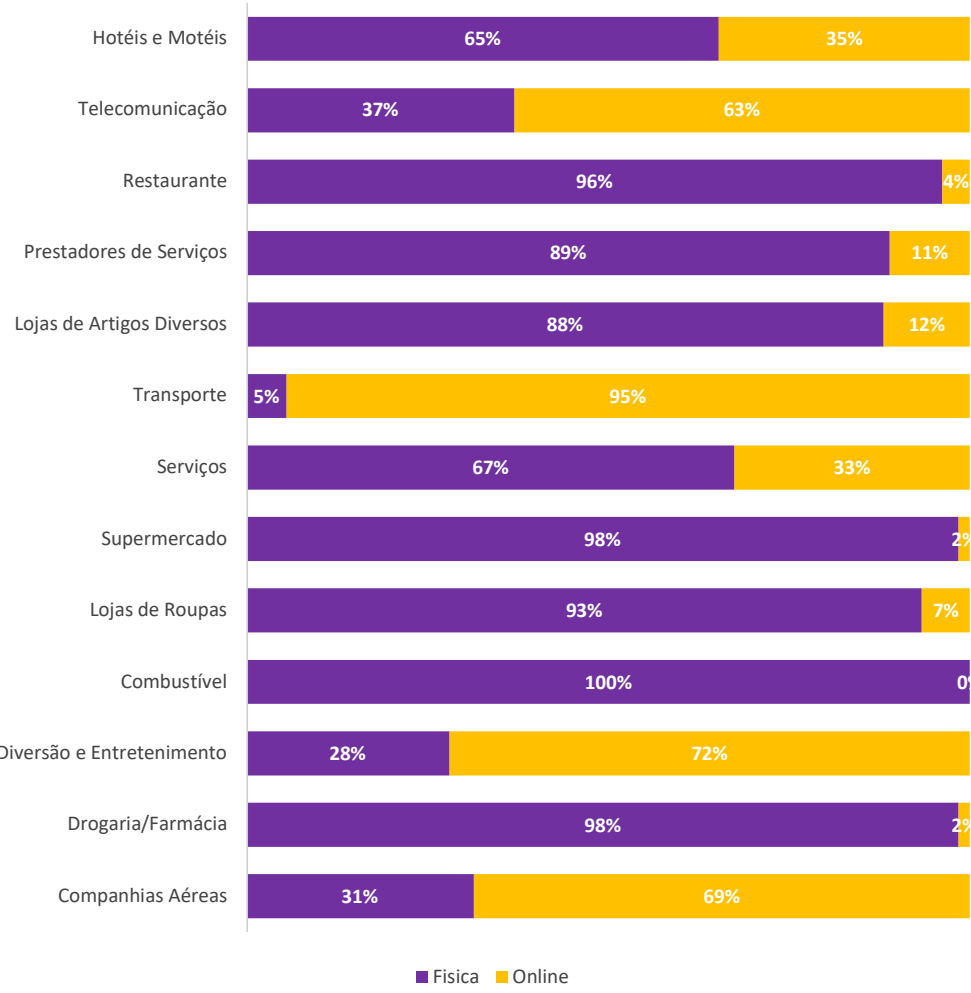


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

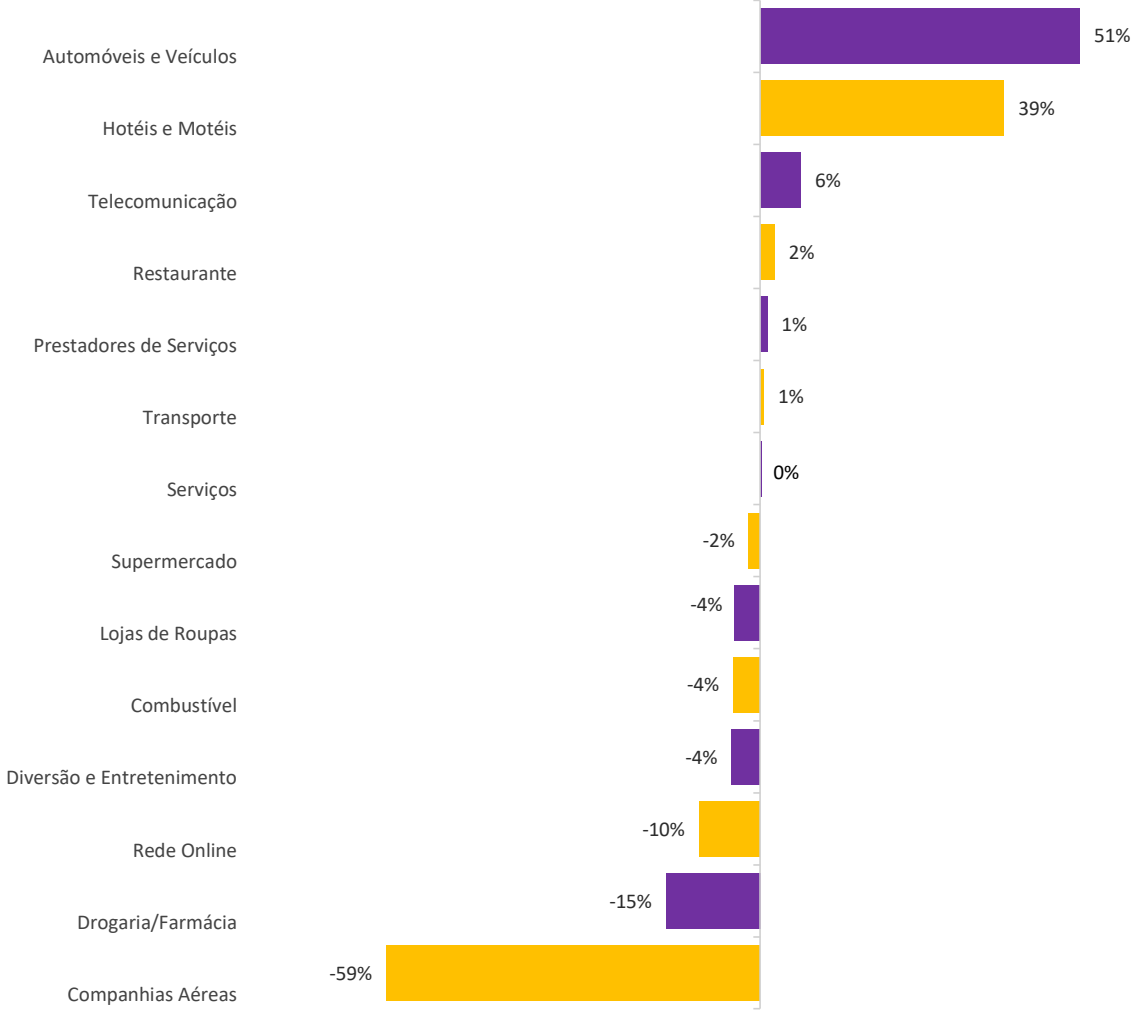
- 2 p.p.% Farmácias
- 1 p.p.% Serviços
- + 1 p.p.% Restaurante
- + 1 p.p.% Loja de Roupas

CEARÁ - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



PERNAMBUCO - Fev/22

Usos Total

R\$ 3,0 MM

- 4,6%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -4,6%

Compras

R\$ 2,0 MM

- 2,9%

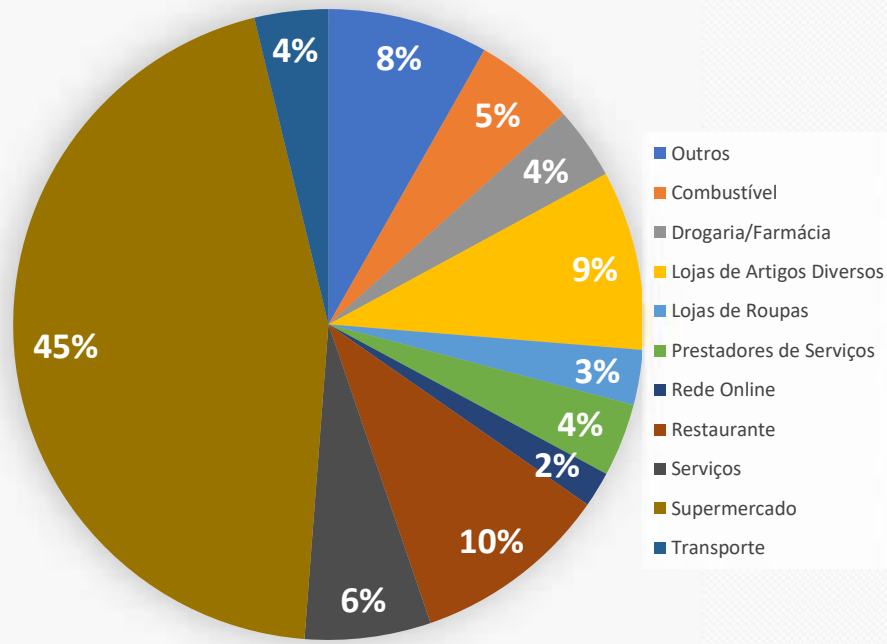
Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -2,9%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 2,0 MM
 Participação no Volume Compras Nordeste: 22,6%
 Participação no Volume Compras Total: 2,7%
 Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -2,9%

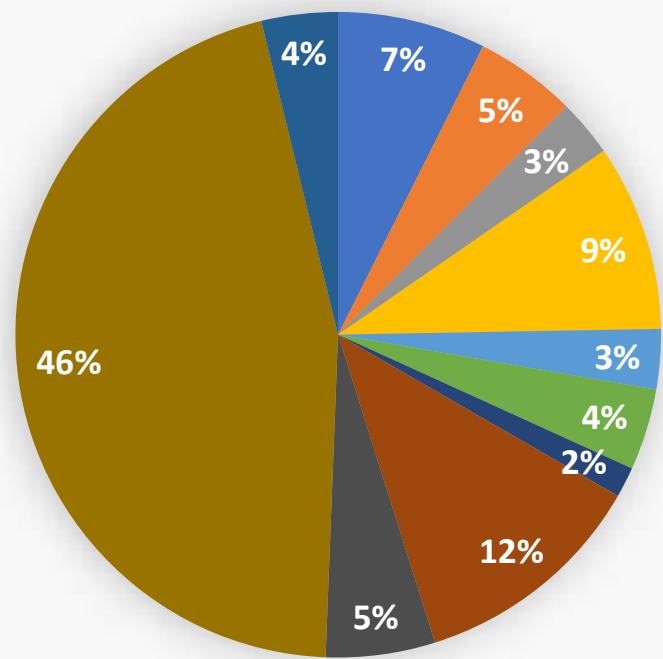
Participação Base30 Nordeste: 21,7%
Participação Base30 Total: 5,2%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22

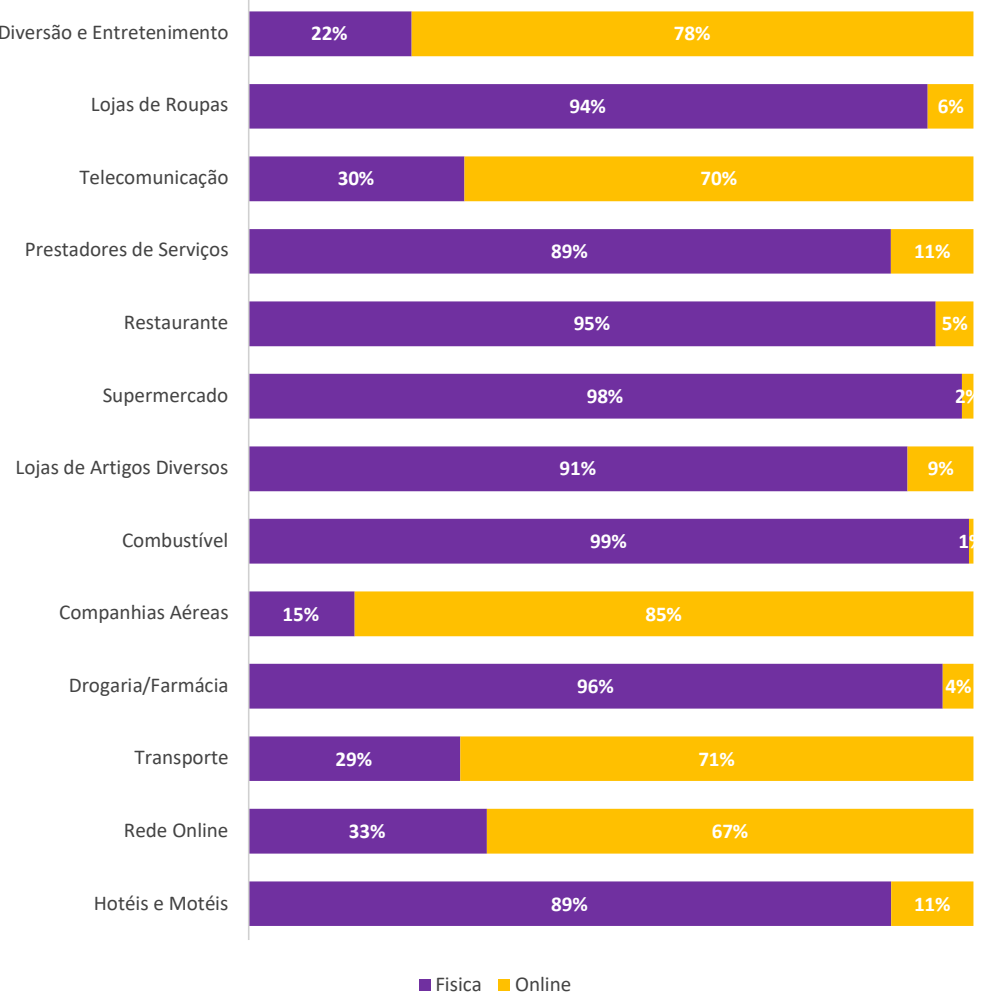


Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

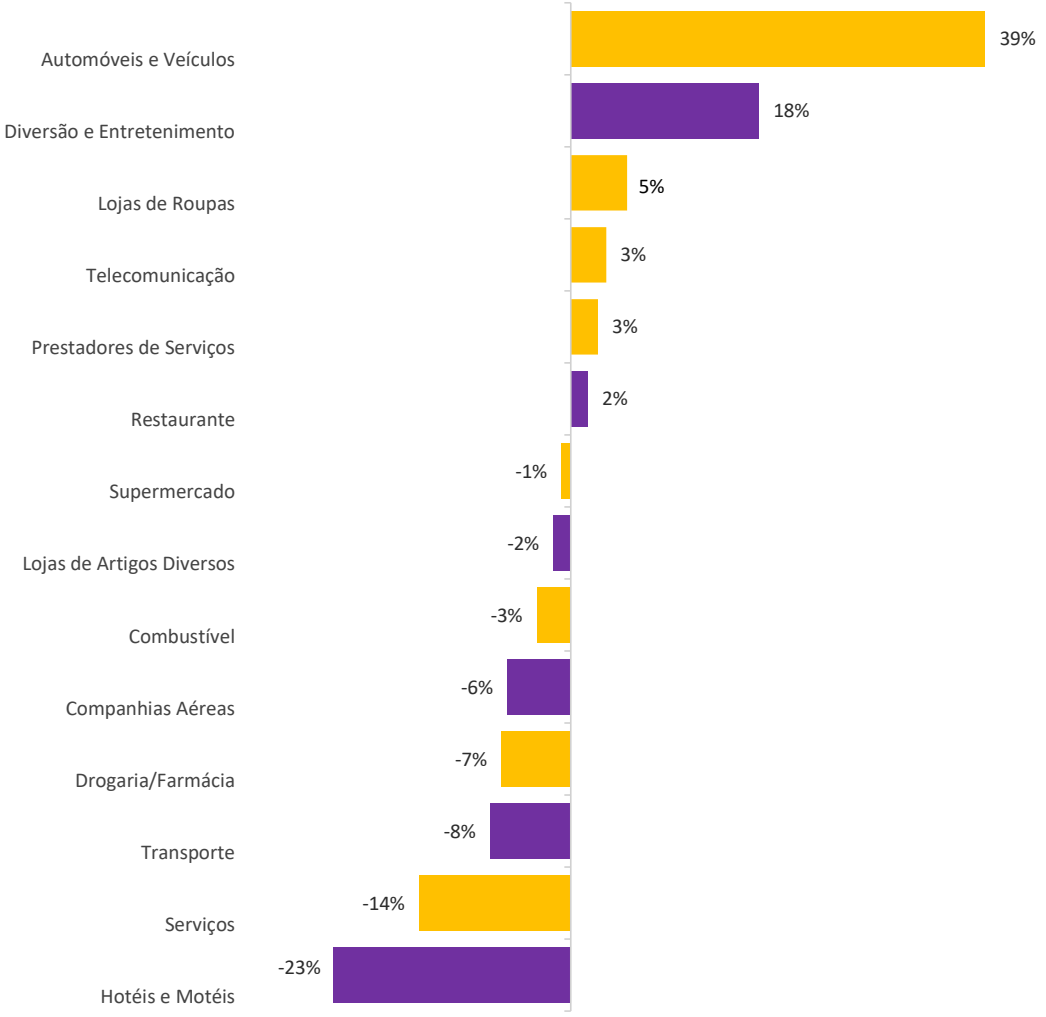
- 1 p.p.% Farmácia
- 1 p.p.% Supermercado
- +2 p.p.% Restaurante
- +1p.p.% Serviços

PERNAMBUCO - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento – Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22





Índice Fev22

NORTE



superdigital

uma fintech

Santander

AMAZONAS - Fev/22

Usos Total

R\$ 1,2 MM

- 9,7%

Variação Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -9,7%

Compras

R\$ 0,9 MM

- 8,1%

Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -8,1%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$0,9 MM

Participação no Volume Compras Norte: 33,2%

Participação no Volume Compras Total: 1,3%

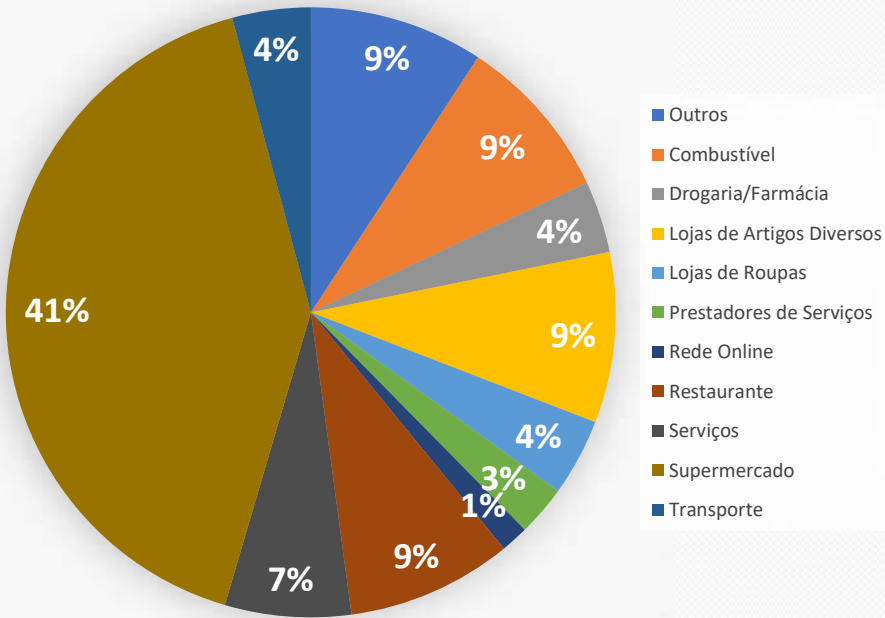
Variação Spending Compras Fev/22 vs Jan/22:- 8,1%

Participação Base30 Norte: 32,9%

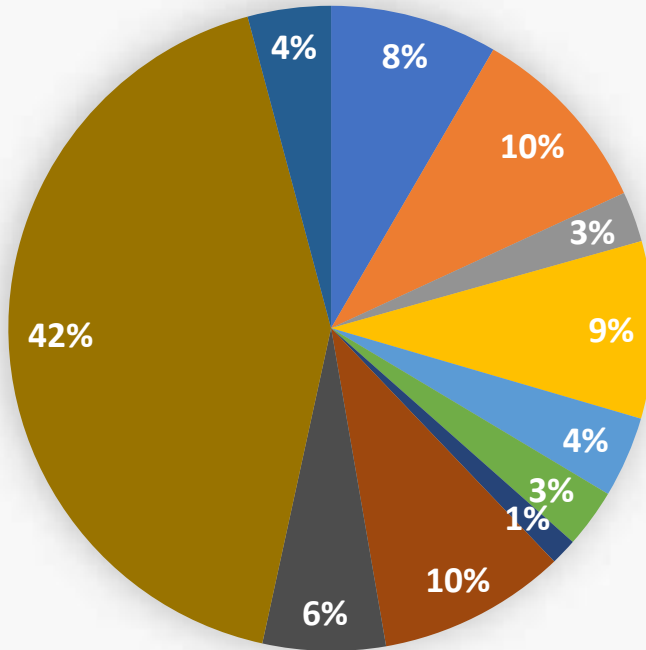
Participação Base30 Total: 1,8%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22



Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

- 1 p.p.% Serviços

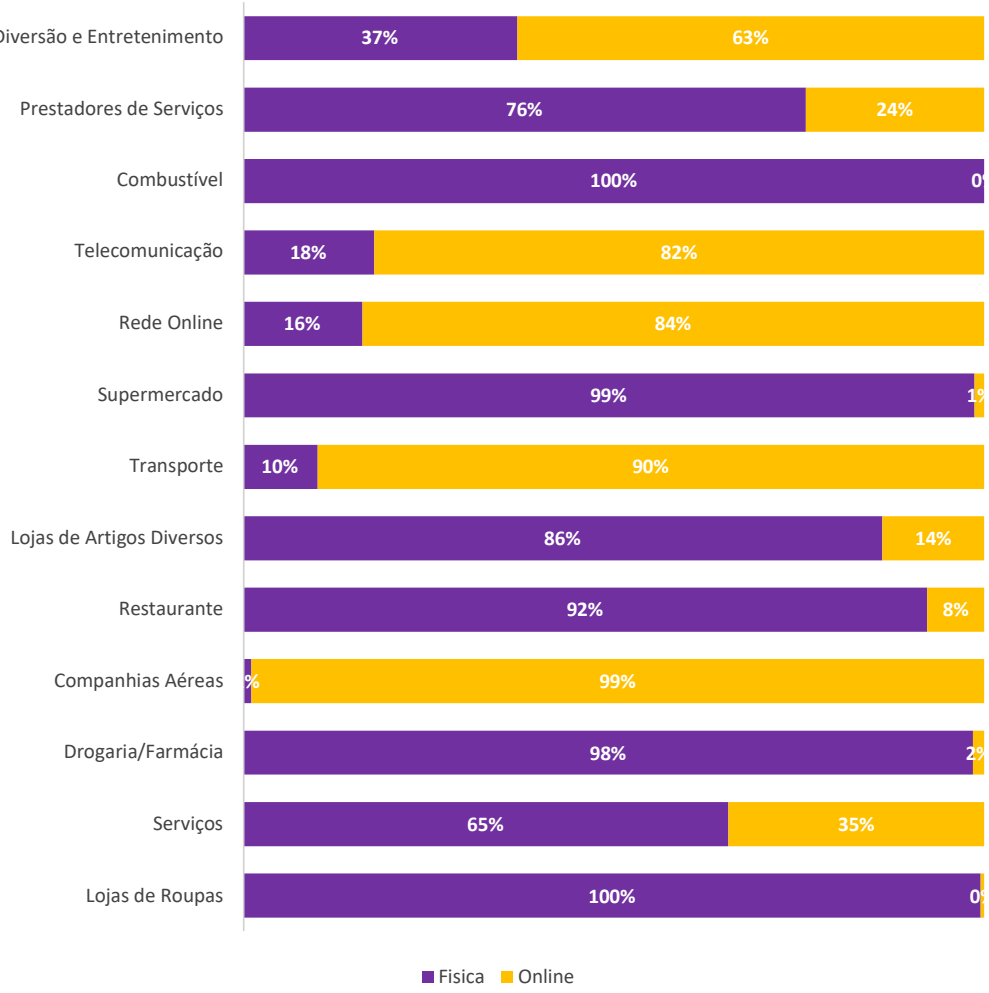
- 1 p.p.% Farmácia

+ 1 p.p.% Supermercado

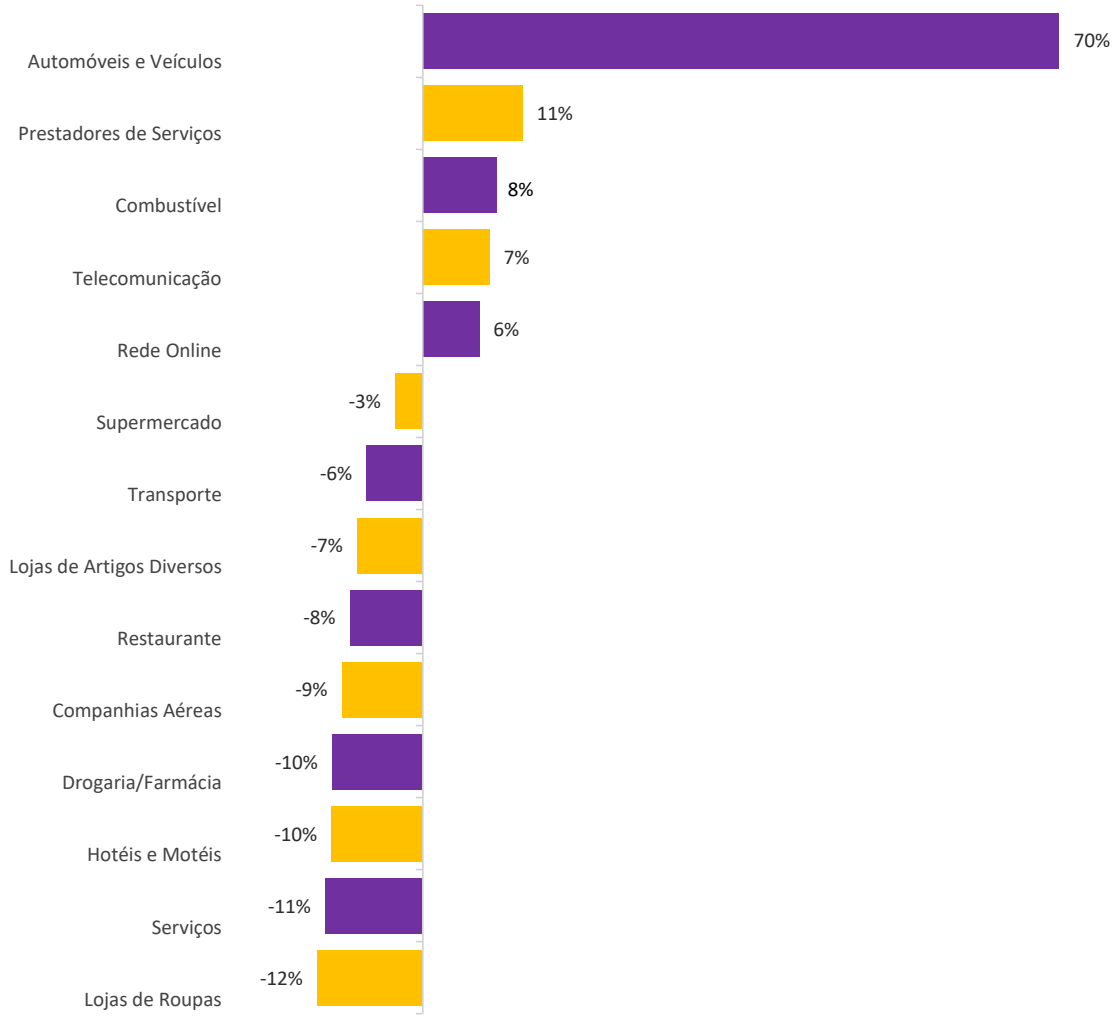
+ 1 p.p.% Combustível

AMAZONAS- Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento – Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22



PARÁ - Fev/22

Usos Total

R\$ 1,7 MM

- 8,3%

Varição Spending Usos Fev/22 vs Jan/22: -8,3%

Compras

R\$ 1,3 MM

- 8,9%

Varição Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -8,9%

Volume de Compras (Fev/22) - R\$ 1,3 MM

Participação no Volume Compras Norte: 45,6%

Participação no Volume Compras Total: 1,8%

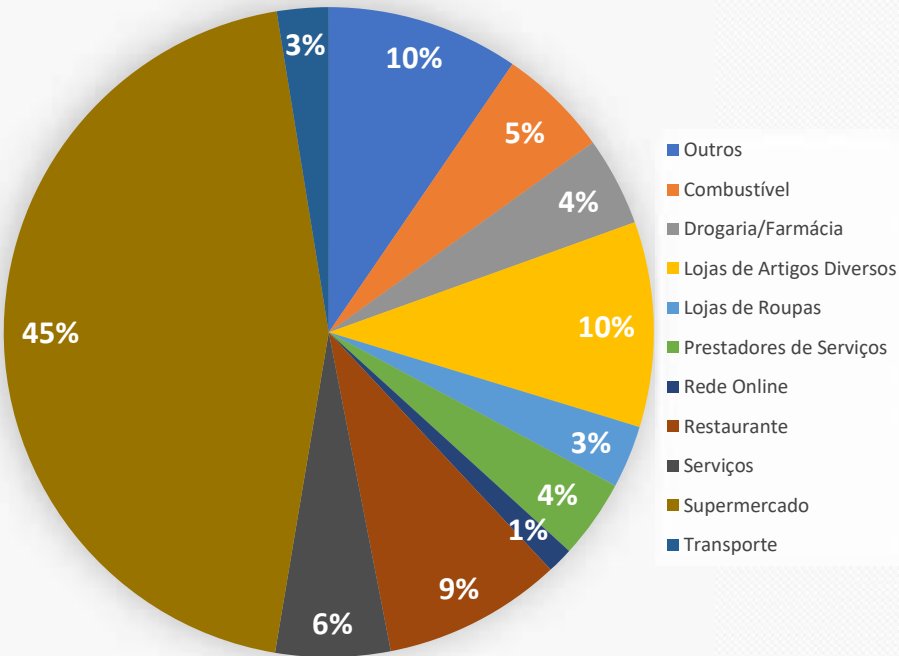
Varição Spending Compras Fev/22 vs Jan/22: -8,9%

Participação Base30 Norte: 50,6%

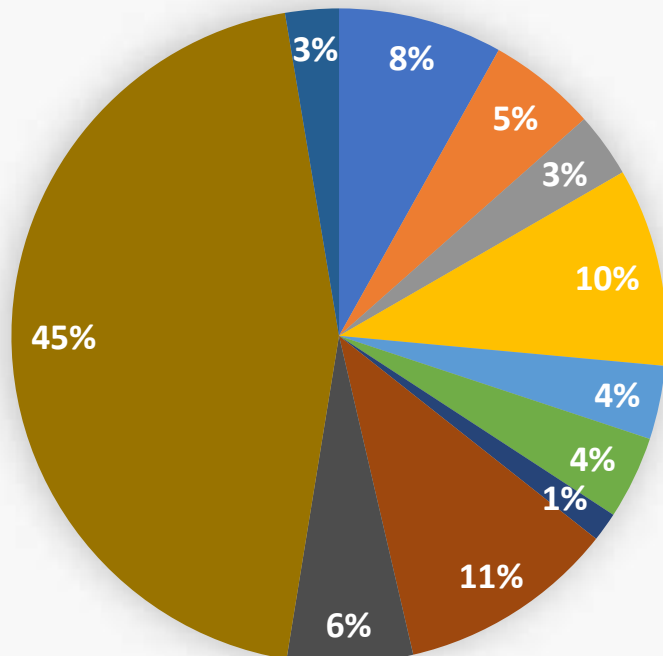
Participação Base30 Total: 2,8%

Segmentos – Participação de Compras

Jan/22



Fev/22



Principais variações na participação do valor total de compras Fev/22 vs Jan/22

-0,05 p.p.% Combustível

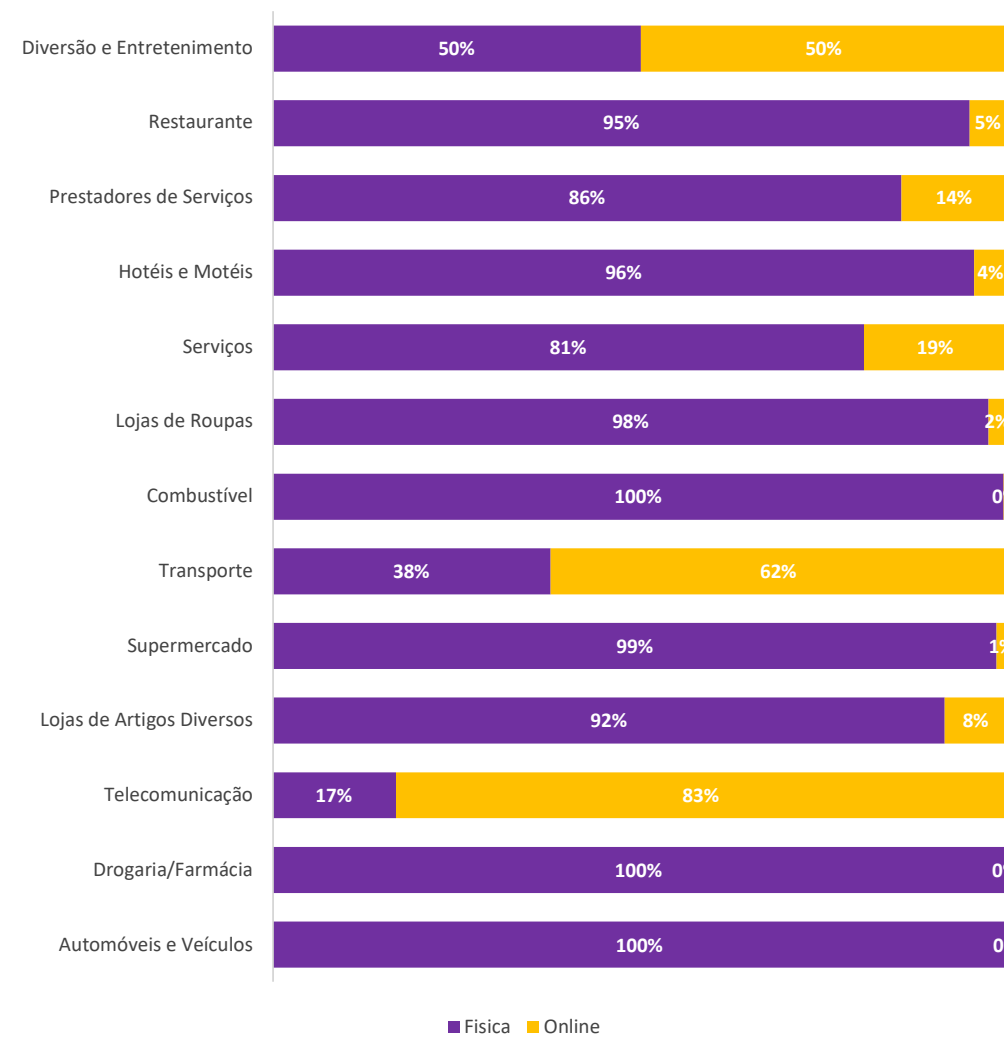
-0,05 p.p.% Loja de Artigos

+2 p.p.% Restaurante

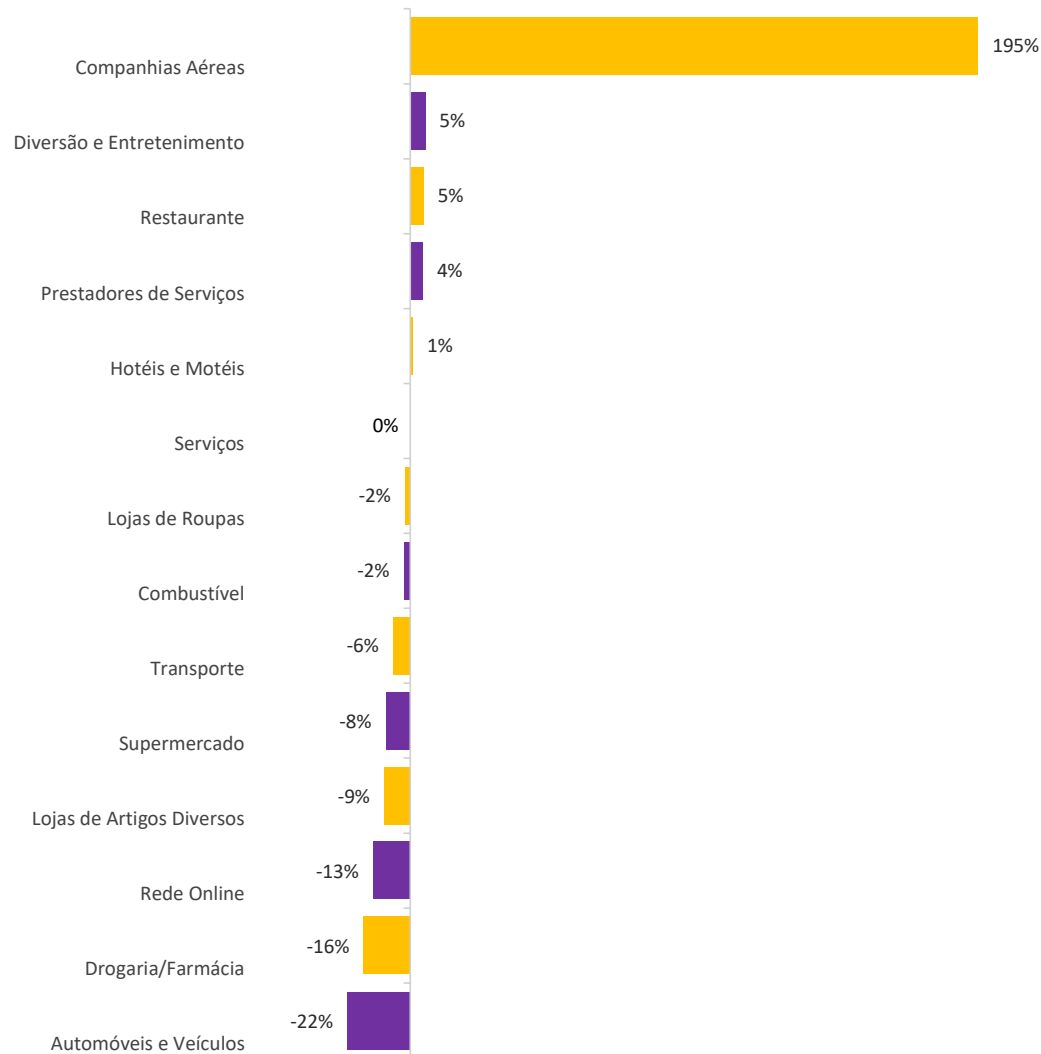
+1 p.p.% Farmácia

PARÁ - Fev/22

Distribuição tipo de compra por segmento - Fev/22



Percentual de Variação do Spending Fev/22 vs Jan/22





OBRIGADO