

73% dos consumidores não sabem ao certo o que é estar endividado, mostra SPC Brasil

54% dos consumidores não conseguiram quitar seus débitos devido à falta de planejamento e crédito fácil disponível. 53% dos inadimplentes já tiveram o nome sujo mais de uma vez

Saber lidar com os próprios gastos e analisar as finanças pessoais pode ser ainda mais difícil quando o consumidor tem a concepção errada do que é estar ou não endividado. Em uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal de Educação Financeira [Meu Bolso Feliz](#), apenas 28% dos consumidores dizem estar endividados no momento, e o percentual aumenta para 33% entre os pertencentes às classes C, D e E. Porém, o estudo revela que 73% dos entrevistados têm uma noção errada sobre o que é estar endividado.

Para mais da metade dos consumidores (52%), estar endividado significa ter contas atrasadas. Há também os que acreditam que é ter o nome registrado em entidades de proteção ao crédito (21%). Segundo a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, uma pessoa considerada endividada é aquela que tem parcelas a vencer, de compras que foram divididas ou de empréstimos feitos. "Quando estas parcelas ficam pendentes por conta de atraso, a pessoa passa de endividada para inadimplente, esteja o nome registrado em serviços de devedores em atraso ou não", explica.

A pesquisa também sugere que o controle do orçamento está relacionado à percepção do endividamento: entre os que fazem o controle formal de seus ganhos e gastos, 86% não se consideram endividados, contra 66% entre aqueles que não controlam seu orçamento.

41% admitem atraso em pelo menos uma conta

Durante 2014, 41% dos entrevistados admitem ter atrasado ao menos uma conta – este percentual aumenta para 50% entre os pertencentes às classes C, D e E. Entre aqueles que conseguiram quitar a dívida, 75% afirmam ter feito em até um mês – esse número passa para 82% no caso do cheque especial e 58% no caso de empréstimos. A pesquisa também detectou um aumento médio de 69% entre o valor inicial da dívida e o valor final dela - depois de dois anos, após a cobrança de multas e juros pelos credores.

Perguntados se conseguem reservar uma parte do dinheiro no final do mês, 36% dos consumidores ouvidos disseram não ter sobras financeiras e 15% alegaram ter

ficado no vermelho, com gastos maiores do que os ganhos. “O principal motivo para 32% dos consumidores ficarem nessa situação foi o descontrole nas compras e a perda da noção dos gastos”, relata Kawauti. “Outro fator importante para que as pessoas percam a mão na hora das compras é o crédito fácil disponível no mercado – 9% dos entrevistados relataram essa causa por ocasionar mais despesas do que o orçamento permitia, o que fez com que 54% dos consumidores não conseguissem quitar seus débitos.”

53% dos consumidores já tiveram o nome sujo mais de uma vez

Entre os entrevistados que ficaram negativados em 2014, mais da metade (54%) já conseguiu limpar o nome, e 53% já tinham estado com o nome sujo anteriormente. A principal medida adotada para sair dessa situação foi a tentativa de negociar com as empresas para quais os consumidores estão devendo.

Segundo o educador financeiro do SPC, José Vignoli, passar pela experiência de ter o nome sujo, muitas vezes, pode transformar os hábitos de consumo e o modo como o consumidor lida com suas finanças. 18% dos consumidores preferem não contar a ninguém que estão negativadas, por motivos de constrangimento. “Essa vergonha em ter o nome em algum serviço de proteção ao crédito faz com que os endividados busquem mudar a forma como lidam com seus gastos e dívidas”, explica Vignoli.

A pesquisa mostra que 59% dos entrevistados passaram a controlar todos os gastos e 29% alegam que agora pensam muito antes de realizar uma compra. Outros 28% dizem que evitar o uso de cartão de crédito e 26% afirmam comprar apenas quando podem pagar à vista. Por outro lado, 12% sugerem que ter o nome incluído nos registros do SPC não impactou em nada suas atitudes de consumo, ou até mesmo piorou o comportamento.

De modo geral, 32% dos consumidores ouvidos acreditam que a maior dificuldade enfrentada na hora de fazer o controle dos ganhos e dos gastos é a disciplina exigida para registrar os valores regularmente. “No entanto, é justamente essa disciplina na hora de construir uma educação financeira que permite ao consumidor saber quanto pode gastar e evitar chegar a ao nível crítico de ter o nome negativado”, conclui Vignoli.

Metodologia

Foram ouvidos 662 consumidores acima de 18 anos, de ambos os sexos e de todas as classes sociais nas 27 capitais. A margem de erro é de 3,7 pontos percentuais com margem de confiança de 95%.

Baixe a pesquisa na íntegra em <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Informações à imprensa

Renan Miret

(11) 3251-2035 | (11) 9-9136-3355

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | 9-7142-0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br