

USO DO CARTÃO DE CRÉDITO

Mais da metade dos brasileiros pagam compras com o cartão de crédito, principalmente roupas, calçados e eletrodomésticos

Mais da metade dos brasileiros (53%) faz uso do cartão de crédito para pagar suas compras. A modalidade aparece à frente de todas as outras opções investigadas na pesquisa do SPC Brasil e Meu Bolso Feliz: **empréstimos** (47%), **crediário** (45%), **empréstimo consignado** (28%), **financiamento** (22%) e **cheque pré-datado** (9%).

Na hora de justificar a **escolha** da modalidade de crédito mais adequada, a preocupação com o possível aumento da dívida em decorrência dos juros é a mais citada: **39% afirmam escolher sempre a opção que tem as menores taxas de juros cobradas.** Os percentuais são mais expressivos entre os **homens** (43%, contra 35% das mulheres), pertencentes à **Classe A/B** (54%, contra 34% na Classe C/D/E) e aqueles com **maior escolaridade** (58%).

24% dos entrevistados **preferem não responder**, o que pode indicar que muitas pessoas não se sentem aptas a opinar sobre as diferenças entre as modalidades de crédito, talvez por desconhecimento. 12% dizem **escolher sempre a opção que dá os maiores descontos**, e o mesmo percentual (12%) alega **nem sempre poder escolher, utilizando o crédito para o qual consegue aprovação, independente da taxa de juros.** Finalmente, há aqueles que **sempre escolhem a opção com os menores valores das parcelas** (9%).

RM	Geral	Gênero		Classe		Escolaridade			Renda	
		Homem	Mulher	A/B	C/D/E	Até Médio	Superior Incomp.	Superior/Pós	Sim	Não
Sempre escolho a opção que tem as menores taxas de juros cobradas	39%	43%	35%	54%	34%	37%	53%	58%	43%	31%
Não sei / Prefiro não responder	24%	14%	33%	17%	26%	25%	18%	13%	22%	27%
Sempre escolho a opção que dá os maiores descontos	12%	19%	6%	21%	10%	11%	21%	20%	10%	15%
Nem sempre posso escolher, adquiero aquele que consigo aprovação, independente da taxa de juros	12%	12%	12%	6%	14%	13%	8%	4%	13%	11%
Sempre escolho a opção que tem os menores valores das parcelas	9%	13%	5%	13%	8%	9%	8%	8%	11%	4%
Outro	9%	3%	14%	3%	11%	10%	3%	5%	5%	16%

Praticamente a metade dos brasileiros parcela compras no cartão de crédito pelo menos uma vez ao mês

Entre os que possuem cartão de crédito, **40% dos respondentes afirmam ter 2 ou mais cartões**, sendo que a média é de **quase dois por pessoa (1,76)**. Considerando os que possuem **apenas um cartão**, observa-se que os percentuais são **maiores** entre as **mulheres (65%)**, pessoas da **classe C/D/E (65%)** e **menor escolaridade(60%)**.

O hábito de **parcelar compras no cartão de crédito** é comum para praticamente a metade dos que consumidores que utilizam essa modalidade de crédito: **47% o fazem pelo menos uma vez ao mês**, sobretudo no caso de **roupas (48%)**, **calçados (44%)** e **eletrodomésticos (44%)**.

A possibilidade de dividir a compra em **parcelas** faz com que alguns consumidores recorram até mesmo a um cartão de crédito **emprestado: dois em cada dez respondentes (19%) costumam comprar parcelado com o cartão de crédito de terceiros**, sobretudo pessoas com **ensino superior incompleto (28%)**.

Na hora de **pedir o cartão emprestado**, os **pais** são aqueles a quem os consumidores mais recorrem (32%), principalmente no

caso das **mulheres** (42%, contra 18% dos homens) e das pessoas com **ensino superior incompleto** (54%). Em seguida aparecem **amigos** (21%), **outros familiares** (20%), **irmãos** (16%) e **cônjuges** (15%).

Um terço dos consumidores desconhece o limite do cartão de crédito

Dentre os consumidores que possuem cartão de crédito, **um em cada três (34%) não sabe qual é o limite para fazer compras**, com percentuais mais expressivos entre as **mulheres** (47%) e pessoas **sem renda própria** (77%, contra 16% entre os que possuem renda).

O estudo revela ainda que o **valor médio do limite dos cartões**, considerando-se apenas aqueles que sabem o valor do limite, **é de R\$ 1.401**, subindo **para R\$ 2.076** na Classe A/B, **R\$ 2.046** entre aqueles com **maior escolaridade** e para **R\$2.383** entre os que **não possuem renda própria**. Considerando os consumidores da **classe A/B, o limite do cartão representa 22% da renda média familiar**. Já entre os respondentes da **classe C/D/E o limite chega a 47% da renda média familiar**.

Entre os que aderem ao cartão, um terço (34%) afirma possuir, atualmente, **de uma a duas compras parceladas** no cartão de crédito, com percentuais maiores entre as **mulheres** (43%), pertencentes à **Classe A/B** (52%) e pessoas com **ensino superior incompleto** (46%).

Praticamente **quatro em cada dez desses consumidores (38%) admitem ter pagado o valor mínimo da fatura**, ao menos uma vez. O **desconhecimento** sobre os juros praticados é

bastante expressivo: **96% admitem não saber quais são as taxas de juros**, chegando a 99% entre os pertencentes à Classe C/D/E.

Consumidores acreditam que cartão de crédito é seguro, mas pode levar ao descontrole financeiro

A pesquisa questionou os entrevistados sobre os aspectos **positivos e negativos** envolvidos na utilização do cartão de crédito. Entre os usuários da modalidade, a principal **vantagem** percebida pelos consumidores é a **segurança de não precisar andar com dinheiro ou cheque** (34%), principalmente entre os **homens** (57%), pessoas com **ensino médio** (36%) e **renda própria** (40%).

Outros 25% citam o fato de poderem **parcelar o valor das compras**, enquanto 15% não veem nenhuma vantagem, 13% citam a possibilidade de **fazer compras mesmo quando não têm dinheiro** e 12% falam no **prazo para pagar (período entre a data da compra e o pagamento da fatura)**.

Ao mesmo tempo, dentre os **riscos** implícitos na utilização do cartão está o de **fazer compras não planejadas/por impulso**, citado por mais da metade dos usuários de cartão (52%). Outros 41% acreditam que a desvantagem está em **perder o controle do quanto já foi gasto – é uma surpresa desagradável quando chega a fatura**. Somando-se esses dois percentuais, percebe-se que o **descontrole financeiro** que pode resultar do mau uso do cartão de crédito é o temor de **nove em cada dez** consumidores ouvidos (93%). Apenas 5% dos respondentes falam no risco de **clonagem do cartão de crédito**.

Os **programas de milhagens** não parecem estimular tanto os entrevistados a utilizarem o cartão de crédito: **apenas 15% dizem que costumam dar preferência a esta modalidade de pagamento para acumular pontos em milhagens/programas de vantagens**. Por outro lado, vale resaltar que esse hábito é mais comum entre os respondentes com **maior escolaridade (25%)**.

Conclusão

A pesquisa do SPC Brasil e Meu Bolso Feliz indica que **o cartão de crédito é a modalidade de crédito mais usual entre os brasileiros**: mais da metade dos entrevistados (53%) possuem cartão e o utilizam para pagar suas compras. O cartão de crédito está à frente dos **empréstimos** (47%), **crediário** (45%), **empréstimo consignado** (28%), **financiamento** (22%) e **cheque pré-datado** (9%).

Dentre aqueles que fazem uso do cartão de crédito, **quatro em cada dez respondentes (40%) possuem dois ou mais cartões, com média de 1,76 por pessoa**. Observa-se que a possibilidade de **ampliar o poder de compra** estimula boa parte dos consumidores a utilizarem esta modalidade de crédito: **47% dos consumidores parcelam as compras no cartão de crédito pelo menos uma vez ao mês**, sobretudo no caso de **roupas** (48%), **calçados** (44%) e **eletrodomésticos** (44%).

E mesmo aqueles que não possuem cartão querem usufruir dos benefícios do parcelamento: **19% da amostra costumam comprar parcelado com o cartão de crédito de terceiros**. Nesta hora os **pais** (32%), **amigos** (21%) e **outros familiares** (20%) são as pessoas a quem os consumidores recorrem.

O estudo indica que nem sempre os consumidores estão bem informados sobre os aspectos financeiros envolvidos no uso do cartão de crédito. **Um em cada três entrevistados (34%), por exemplo, desconhece o limite de seu cartão de crédito para fazer compras**. Além disso, **quase a totalidade (96%) dos usuários de cartão garantem não saber quais são as taxas de**

juros aplicadas quando optam por pagar o valor mínimo da fatura mensal.

O **valor médio** do limite dos cartões é de **R\$ 1.401**, sendo um pouco menor para aqueles que **possuem** renda própria (R\$ 1.223). Já entre os que **não possuem renda** o valor do limite de compras chega a **R\$ 2.283**.

A pesquisa sugere que a opção pelo cartão passa, principalmente, pela **segurança de não precisar andar com dinheiro ou cheque** (34%). Dentre as vantagens citadas também estão o **parcelamento** (25%), a **possibilidade de fazer compras mesmo quando não há dinheiro disponível** (13%) e o **prazo para pagar** (12%). O cartão de crédito parece ser visto, portanto, como uma ferramenta bastante útil para ampliar o poder de consumo.

Em contrapartida, há **desvantagens** implícitas no uso desta modalidade de crédito, sendo que a maior delas é **fazer compras não planejadas / por impulso** (52%). De modo semelhante, outro fator que preocupa os consumidores é a possibilidade de **perder o controle do quanto já foi gasto** (41%). O risco e **descontrole financeiro**, portanto, é uma preocupação para nove em cada dez respondentes (93%).

Considerando os pontos positivos e negativos mencionados, a pesquisa indica que o cartão de crédito, quando utilizado de forma consciente, é um aliado importante do consumidor na gestão de seu orçamento. Ao mesmo tempo, os benefícios do parcelamento podem induzir o consumidor a um comportamento arriscado e que pode resultar em endividamento, agravado ainda por taxas de juros, muitas vezes, desproporcionais.

Metodologia

Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos). Os dados foram pós-ponderados para ficarem representativos do universo estudado.

Método de coleta: pesquisa realizada pela web.

Tamanho amostral da Pesquisa: 642 casos, gerando margem de erro no geral de 3,8 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: 23 a 31 de março de 2015.