



EDUCAÇÃO FINANCEIRA: HÁBITOS E MOTIVAÇÕES DO BRASILEIRO PARA POUPAR E INVESTIR

Fevereiro 2016



INTRODUÇÃO



Poupança é modalidade de investimento mais comum entre os brasileiros

Guardar dinheiro na poupança, escolher esta e não aquela modalidade de investimento, apostar na previdência privada, contratar um seguro de vida... Todas essas são atitudes de quem deseja estar preparado para as eventualidades e, ao mesmo tempo, garantir um futuro financeiramente confortável.

Mas quais são, de fato, as motivações por trás dessas ações? Por que os consumidores poupam e como preferem investir seu dinheiro? O estudo **‘Educação Financeira – Hábitos e motivações do brasileiro para poupar e investir’**, conduzido pelo SPC Brasil e Meu Bolso Feliz, **investiga os hábitos e as preferências do brasileiro no momento de constituir uma reserva financeira**: principais objetivos, frequência com que realiza depósitos, tipos de **investimentos, serviços, produtos financeiros e bens** que possui, além de analisar como o consumidor se prepara para os imprevistos. Partindo exclusivamente das respostas relativas aos bens e serviços financeiros, foi feito um corte levando em conta os itens que o SPC Brasil considera como investimentos.

A pesquisa mostra que a **poupança** (69,5%) é o item mais citado dentre todos os **produtos financeiros e serviços** que os brasileiros afirmam possuir. Se considerarmos só os investimentos, a aplicação também lidera. Na sequência aparecem o **Cartão de crédito** (62,7%), o **Plano de Saúde** (44,7%) e os **Imóveis** (28,8%). Vale destacar que **os consumidores das Classes A/B superam os pertencentes às Classes C/D/E na posse de quase todos os produtos, tipos de investimento e serviços analisados.**

Lidar com imprevistos e garantir um futuro melhor para a família são os principais objetivos do brasileiro na hora de investir

Percebe-se que a maior motivação por trás das escolhas dos brasileiros, no que diz respeito aos investimentos, é a busca pela estabilidade, de modo a evitar ao máximo os riscos envolvidos. A segurança, portanto, é a razão mais citada para a opção pela Poupança (56,1%), assim como os Imóveis (59,8%) e a Previdência Privada (39,2%). Em todos esses casos, a pesquisa mostra que a maior parte dos entrevistados já possui estas modalidades há mais de cinco anos: 52,5% para os Imóveis, 42,8% para a Poupança, e 39,4% para a Previdência Privada.

PRODUTOS FINANCEIROS, INVESTIMENTOS, SERVIÇOS E BENS QUE POSSUI:

RU (POR ITEM)		GERAL
	Poupança	69,5%
	Cartão de Crédito	62,7%
	Plano de Saúde	44,7%
	Imóveis	28,8%
	Seguro de Vida	22,3%
	Título de Capitalização	12,8%
	Previdência Privada	8,9%
	Fundos de Investimento	5,9%
	Dólar	5,5%
	CDB	1,8%
	Tesouro Direto	1,6%
	LCI	0,8%
	Bolsa de Valores	0,4%

RESUMO DOS INVESTIMENTOS

	INVESTIMENTO	Poupança	Imóveis	Previdência Privada	Fundo de Investimento	Dólar
	TEMPO QUE POSSUI	43% há mais de 5 anos	52% há mais de 5 anos	39% há mais de 5 anos	51% entre 1 e 3 anos	44% há menos de 1 ano
	PRINCIPAL MOTIVO DA ESCOLHA	56% Segurança	60% Segurança	39% Segurança	34% Indicação do gerente	23% Maior rentabilidade

Para a economista chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, apesar de tratar-se de uma modalidade de baixo risco, é preciso ponderar que a poupança oferece ganhos menores. “No último ano, o rendimento ficou muito abaixo da inflação, que chegou à casa dos dois dígitos. Mesmo que a poupança ofereça maior liquidez e, como dizem os entrevistados, mais segurança, perde-se na comparação com outras opções de investimentos”. A exceção, por outro lado, fica por conta dos Fundos de Investimento, cujo principal motivo de escolha do investimento está relacionado com a Indicação do gerente (33,8%). De modo semelhante, quem buscou investir no Dólar procurou, sobretudo, maior rentabilidade (22,9%). Neste caso, vale destacar que a valorização do dólar ao longo do ano surpreendeu, ficando acima das expectativas do mercado. De R\$ 2,66 no final de 2014, a moeda americana terminou 2015 sendo cotada a 3,95, uma valorização de 48,5% em um ano, como um dos desdobramentos do conturbado contexto político e econômico vivido no Brasil ao longo do ano. Também vale observar que tanto o Dólar quanto os Fundos de Investimento são modalidades de investimentos relativamente mais recentes para o consumidor: 50,6% dos entrevistados possuem Fundos de Investimento há um ou três anos, enquanto 43,7% possuem Dólar há menos de um ano.

“No último ano, o rendimento da poupança ficou muito abaixo da inflação, que chegou à casa dos dois dígitos. Mesmo que a poupança ofereça maior liquidez e, como dizem os entrevistados, mais segurança, perde-se na comparação com outras opções de investimentos”

De modo geral, o estudo sugere que os consumidores que investem o fazem pensando em assegurar sua qualidade de vida no futuro, seja por questões relacionadas à saúde ou aquelas que se referem às condições financeiras pessoais e familiares. Assim, a principal finalidade mencionada corresponde aos imprevistos como doenças ou morte (28,6%), seguida pelo desejo de garantir um futuro melhor para a família (28,0%, aumentando para 37,7% entre os mais velhos). Também são citadas a aposentadoria (21,5%, aumentando para 35,8% entre os mais velhos), a compra da casa (21,2%) e a reserva para o caso de ficar desempregado (19,5%).



FINALIDADES DOS INVESTIMENTOS



A média de depósitos e/ou investimentos é de 5 por ano. Além disso, dentre aqueles que afirmam possuir investimentos, apenas três em cada dez consumidores ouvidos (32,2%) realizam depósitos e/ou investimentos todos os meses, com destaque para aqueles com 55 anos ou mais (45,1%) e os pertencentes às Classes A/B (48,3%). Em contrapartida, praticamente quatro em cada dez (36,6%) não têm frequência certa para fazê-lo.

Para o educador financeiro do SPC Brasil e do Portal Meu Bolso Feliz, José Vignoli, o brasileiro ainda não incorporou a ação de poupar como um hábito, ou seja, algo que deve ser feito de maneira ininterrupta. O especialista lembra que não se devem impor restrições quanto ao valor mínimo a ser reservado, pois toda quantia é válida. Mesmo nos meses em que o orçamento estiver mais apertado, o ideal é poupar algum valor, ainda que pequeno. Com o passar do tempo e a disciplina dos depósitos frequentes, a tendência é que a reserva cresça e se torne cada vez mais relevante.



Nos últimos 12 meses, 69% dos entrevistados usaram ao menos parte dos investimentos e/ou poupança, motivados, sobretudo, pela necessidade de cobrir gastos mensais

60,1% dos consumidores ouvidos preferiam não responder sobre **quanto conseguiram poupar no mês anterior à pesquisa**. Dentre os que responderam, a **média** encontrada foi de **R\$ 418,15**, aumentando entre os pertencentes às Classes A/B (R\$ 789,06).

Considerando os últimos 12 meses, a pesquisa revela que 68,6% dos entrevistados com investimentos fizeram uso de ao menos parte dos recursos, motivados, sobretudo, pela necessidade de cobrir os gastos mensais (25,5%, aumentando para 27,4% nas Classes C/D/E) e de pagar as contas em atraso (20,9%, aumentando para 24,5% nas Classes C/D/E).

Motivos de uso de ao menos parte dos investimentos

Necessidade de cobrir os gastos mensais **25,5%**

Pagar as contas em atraso **20,9%**

De acordo com José Vignoli, é necessário que esses consumidores reavaliem seu padrão de vida e o ritmo das despesas mensais o quanto antes, pois a finalidade principal da poupança não deve ser a de cobrir os gastos do dia a dia. Se a reserva financeira está sendo utilizada para pagar despesas do cotidiano, este é um sinal de que há um descompasso na relação entre as receitas e gastos, intensificado pelo contexto da crise econômica que o país atravessa. Portanto, se deixar de repensar seu orçamento o consumidor corre o risco de ver suas reservas diminuírem ainda mais.



Em caso de imprevisto, consumidor manteria o mesmo padrão de vida por no máximo 4 meses em média

Poupar é uma ação de longo prazo, seus objetivos costumam ser alcançados depois de um tempo considerável, às vezes vários anos. É um exercício que exige paciência e disciplina, e nem sempre o consumidor parece disposto a seguir o plano traçado: entre aqueles que não possuem poupança, a principal justificativa diz respeito ao fato de nunca sobrar dinheiro (61,9%), principalmente entre os que pertencem às Classes A/B (87,6%). Ao lado disso, **um em cada cinco entrevistados que não possuem poupança ou qualquer outro tipo de investimentos (20,7%)** garante que **como sobra pouco dinheiro, não tem esperança de juntar um bom valor no longo prazo**, enquanto 9,9% admitem **não ter disciplina para juntar dinheiro**.

Mas será que essas justificativas são válidas? Para José Vignoli, poupar é antes de tudo uma questão de foco: primeiramente é preciso repensar as práticas de consumo, a fim de identificar e eliminar, sempre que possível, as compras não planejadas e o gasto excessivo. Quando deixa de comprar de forma exagerada o consumidor passa a enxergar novas possibilidades, pois se vê diante de recursos que estavam sendo desperdiçados sem que ele percebesse. A partir daí, ele descobre que é possível reservar parte do orçamento para constituir a reserva financeira sem abrir mão da quantia necessária às despesas fundamentais.

Outro indício de que muitos consumidores vivem em desacordo com suas reais possibilidades financeiras é o fato de que pouco menos de um terço da amostra (29,7%) conseguiria manter o atual padrão de vida apenas por um período de um a três meses, em caso de imprevistos como a perda do emprego ou um problema de saúde, aumentando para 33,1% nas Classes C/D/E. Para 17,0%, esse período não chegaria nem a um mês, com percentuais maiores observados entre os mais jovens (23,2%) os pertencentes às Classes C/D/E (18,9%).

29,7%

conseguiria manter o atual padrão de vida apenas por um período de um a três meses, em caso de imprevistos como a perda do emprego ou um problema de saúde

17,0%

não manteriam o atual padrão de vida nem por um mês





Na comparação anual, mais uma vez os efeitos da atual crise econômica se fazem presentes: a pesquisa mostra que em **dezembro de 2014** os consumidores conseguiriam **manter o mesmo padrão de vida durante 5,8 meses, em média**. Em **dezembro de 2015**, por outro lado, a **média caiu para 4,3 meses**.

Ainda considerando a hipótese de o consumidor enfrentar adversidades, outro dado da pesquisa comprova a importância de poupar: em caso de dificuldade financeira, praticamente a metade da amostra (46,3%) recorreria à poupança/outra aplicação, enquanto 9,3% fariam empréstimo com familiares ou amigos ou empréstimo bancário (8,8%), outros 8,7% citam que ficariam endividados por não ter recursos, aumentando para 11,1% entre as mulheres.

A poupança também é recurso mais associado a um tempo maior para a manutenção do padrão de vida em caso de dificuldade financeira. Entre os entrevistados que conseguiriam manter o seu padrão de vida por 10 a 12 meses, 87,6% recorreria primeiramente à poupança e praticamente ninguém recorreria a empréstimos, seja de bancos, seja de familiares ou conhecidos.

Quando recebem dinheiro extra, bonificações ou PLR (participações nos lucros), quatro em cada dez entrevistados (41,3%) garantem que costumam economizar, principalmente os homens (49,5%), enquanto 32,8% preferem quitar dívidas para organizar a vida financeira. Em contrapartida, compras (4,6%) e viagens (3,6%) são pouco mencionadas, indicando que o consumidor está mais cauteloso em relação aos gastos que está disposto a realizar.

Para o educador financeiro do SPC Brasil e do Portal meu Bolso Feliz, José Vignoli, o consumidor não deve entender a reserva financeira e os investimentos apenas como possíveis recursos a serem utilizados numa adversidade. É fundamental poupar, não apenas para os momentos difíceis, mas também para a realização de objetivos de vida maiores. A poupança é um meio de realizar sonhos sem pagar juros, ao contrário do que ocorre quando o mecanismo utilizado é o crédito.

CONCLUSÕES



- » A principal finalidade de um investimento, para o brasileiro que poupa, corresponde a **imprevistos como doença ou morte** (28,6%). Também são mencionados o **desejo de garantir um futuro melhor para a família** (28,0%), a **aposentadoria** (21,5%), a **compra da casa** (21,2%) e a **reserva para o caso de ficar desempregado** (19,5%).
- » Dentre os produtos financeiros, serviços e investimentos mais contratados, mencionados na pesquisa estão a **Poupança** (69,5%), o **Cartão de Crédito** (62,7%), o **Plano de Saúde** (44,7%) e os **imóveis** (28,8%).
- » No caso dos **investimentos**, o principal motivo da escolha é a **segurança** proporcionada.
- » Quem opta pelos **Fundos de Investimento** (5,9%) o faz, sobretudo, estimulado pela **indicação do gerente** (33,8%). No caso do **Dólar** (5,5%), a principal justificativa tem a ver com a **maior rentabilidade** (22,9%).
- » 32,2% dos entrevistados que possuem poupança ou outro tipo de investimentos, **realizam depósitos e/ou investimentos todos os meses**, e praticamente a mesma proporção (36,6%) admite **não ter frequência certa para fazê-lo**. R\$ 418,15 é a média dos depósitos/investimentos feitos no mês anterior à pesquisa, aumentando para R\$ 789,06 entre os pertencentes às Classes A/B. 60,1% preferiram não responder.
- » Praticamente sete em cada dez consumidores ouvidos que possuem poupança e/ou investimentos (68,6%) tiveram de usar parte dos seus recursos nos últimos 12 meses, principalmente para **cobrir gastos mensais** (25,5%) e **pagar contas em atraso** (20,9%).
- » Entre os consumidores que não possuem poupança ou qualquer outro tipo de investimentos, 61,9% garantem que **nunca sobra dinheiro para guardar**.
- » 29,7% da amostra conseguiria **manter o padrão de vida somente por um período de um a três meses**, em caso de dificuldade financeira, enquanto 17,0% não conseguiriam **nem por um mês**. Em média, os entrevistados manteriam o mesmo padrão por **4,3 meses**. 46,3% recorreriam à Poupança/outra aplicação, enquanto 18,1% fariam **empréstimo** e 8,7% **ficariam endividados por não ter recursos**.
- » Entre os que **estão se preparando para aposentadoria**, 25,2% pretendem **depender do INSS**. Outros 22,1% recorrerão à **Poupança/investimentos**, enquanto 6,9% mencionam a **Previdência Privada**. Entre os que **não estão se preparando**, a **falta de informação** é o maior obstáculo (16,6%).

METODOLOGIA



Público alvo: residentes em todas as capitais brasileiras, com idade igual ou superior a 18 anos, de ambos os sexos e todas as classes sociais.

Método de coleta: pesquisa realizada via web e pós-ponderada considerando sexo, idade, escolaridade, classe e região do país.

Tamanho amostral da pesquisa: 804 casos, gerando margem de erro no geral de 3,5 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: primeira quinzena de dezembro de 2015.

