

Serviço de Proteção ao Crédito completa 60 anos no mercado

Instituição foi pioneira no Brasil entre varejistas e empresários que buscavam informações para fornecer crédito e construir base de dados

Uma das instituições mais antigas do setor varejista de bens e serviços, conhecida popularmente como SPC, o **Serviço de Proteção ao Crédito**, completa 60 anos de atividades em outubro deste ano. Dono do maior banco de informações sobre pessoas físicas e jurídicas da América Latina, o *SPC Brasil*, como viria a ser chamado a partir de 2000, tem acesso a dados de 26 milhões de empresas de todos os segmentos da economia e de 150 milhões de consumidores residentes de todos os estados brasileiros.

Segundo o presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Júnior, aproximadamente um milhão de pontos de vendas usufruem dos serviços oferecidos pela instituição. "Ajudar no desenvolvimento do comércio é o grande legado do SPC nesses 60 anos", afirma. "Após o surgimento do SPC foi possível criar um ambiente de negócios mais seguro no país, democratizando o acesso ao crédito e fomentando o consumo e o fortalecimento da economia do Brasil como um todo."

Sendo uma das instituições de referência no mercado, o SPC Brasil divulga constantemente seus indicadores e pesquisas para a imprensa, com temas ligados à economia, finanças pessoais e negócios. Além de um portfólio de serviços que atendem as necessidades de empresas, também foi lançado, em 2014, o **Portal Meu Bolso Feliz**, para incentivar a educação financeira entre os consumidores brasileiros.

Como surgiu o SPC Brasil?

O Serviço de Proteção ao Crédito foi criado em 1955, época em que ainda não existia CPF e em que poucos brasileiros tinham acesso a bancos, cartões de crédito e cheque. A iniciativa foi de um grupo de empresários gaúchos, que se reuniu para trocar informações sobre os pagamentos de seus clientes.

As centrais de dados dos primeiros SPCs armazenavam fichários com informações sobre os consumidores que compravam a prazo nas lojas e não pagavam. O telefone ainda era vantagem de poucos e as consultas para vendas a prazo eram feitas presencialmente na central de informações. Por isso, toda vez que uma loja precisava consultar algum cliente para vender a prazo, era

necessário que o comerciante mandasse alguém para checar se o nome da pessoa estava no fichário.

Nos anos 70, o investimento em infraestrutura em estradas fez com que as pessoas atravessassem grandes distâncias para fazer compras. Com isso, ocorre o crescente aumento de consultas ao SPC - que exigiu mais agilidade do processo - além da expansão do serviço para outras regiões. Surgiu, então, o Departamento de Atendimento aos SPCs, ligado à Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), com a proposta de organizar os serviços em todo o Brasil.

Em outubro de 2000, foi criado o **SPC Brasil**, ligado ao Sistema CNDL – a mais antiga entidade representativa do comércio lojista, reunindo as federações (representação local nos estados) e as câmaras de dirigentes lojistas (representação local nos municípios).

“Essa foi uma importante conquista para instituir uma base única de informações de entidades de todo o Brasil e automatizar o processo de análise e decisão do crédito, com mais qualidade e eficiência para as empresas terem maior poder de recuperação e evitarem a inadimplência, em sintonia com as evoluções tecnológicas e a difusão da internet”, explica o presidente.

Informações à imprensa:

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br

Carolina Laert

(61) 3049-9565 | (61) 8299 3339

carolina.laert@inpresspni.com.br

Vinícius Bruno

(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br