

79% dos consumidores não sabem ao certo o que é estar endividado, diz SPC Brasil

Pesquisa mostra que 53% dos brasileiros atrasaram ao menos uma conta no último ano. 68% deles já ficaram com o nome sujo

Por mais que possa parecer óbvio, a maioria dos brasileiros não sabe ao certo o que é estar endividado e acabam se atrapalhando ao definir. Uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) mostra que 37,5% dos consumidores se consideram endividados no momento – um aumento expressivo em relação ao ano passado (27,8%). Porém, o estudo revela que **79,0% dos entrevistados têm uma noção errada sobre o que é estar endividado.**

Para quase metade dos consumidores entrevistados (46,7%), estar endividado significa ter contas atrasadas, e três em cada dez (30,6%) afirmam que é ter o nome registrado em entidades de proteção ao crédito. Apenas **20,2% dos consumidores** compreende o significado real: **uma pessoa endividada é aquela que possui parcelas a vencer de compras ou empréstimos.**

Segundo a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, as parcelas ainda não vencidas de qualquer aquisição também são dívidas assumidas pelo consumidor. “O risco de desconsiderar as compras parceladas como parte do endividamento é justamente exagerar no consumo de longo prazo, fazendo uma série de dívidas que em pouco tempo podem levar o consumidor ao desastre nas finanças pessoais e à consequente inadimplência”, explica Kawauti.

53% dos consumidores atrasaram pelo menos uma conta

Ao longo de 2015, **53,1% dos entrevistados admitem ter atrasado ao menos uma conta** – percentual superior aos 41,0% de 2014. O cartão de crédito foi a dívida mais comprometida (23,0%), seguido pelas contas de luz (17,9%), de TV por assinatura (12,7%) e celular/ telefone fixo (12,5%).

Considerando apenas estes entrevistados, **68,4% deles tiveram o nome incluído em serviços de proteção ao crédito** nos últimos 12 meses. Desses, apenas 32,2% já limpam o nome, enquanto 67,8% permanecem nesta situação. Entre os que ainda estão negativados, 13% escondem de todas as pessoas que estão com o nome sujo. Os colegas de trabalho são as pessoas com quem os entrevistados menos compartilham esta situação (38,7%), e os

homens são os que mais escondem das companheiras que estão com o nome sujo (21,5%).

De acordo com o educador financeiro do SPC Brasil e do portal de educação financeira [Meu Bolso Feliz](#), José Vignoli, quem quer evitar o problema da inadimplência deve manter um planejamento e a organização financeira em dia. “Também é fundamental controlar adequadamente o uso do cartão de crédito, uma vez que as altas taxas de juros envolvidas nesta modalidade podem rapidamente levar ao superendividamento”, diz.

Pensar antes de comprar e evitar cartão são estratégias

Porém, para o educador financeiro, passar pela experiência de ter o nome sujo pode acabar tendo reflexos positivos e transformar os hábitos de consumo e o modo como o consumidor lida com suas finanças.

A pesquisa do SPC Brasil mostra que **nove entre cada dez pessoas** (93,9%) que passaram por esta situação **mudaram ao menos uma atitude relacionada ao uso do dinheiro**, sendo que a principal delas é a de começar a controlar todos os gastos (46,8%). Outras atitudes citadas para evitar ficar com o nome sujo novamente são **pensar muito antes de comprar** (16,8%) e **evitar o uso do cartão de crédito** (11,2%, aumentando para 15,6% entre as mulheres).

“Obviamente essas mudanças são positivas, mas não se deve esperar ter o nome sujo para adotar atitudes mais responsáveis”, alerta Vignoli. “É preciso ter em mente que o parcelamento, embora seja um mecanismo eficiente para comprar aquilo que se tem vontade, pode comprometer parte da renda do consumidor durante vários meses”.

A economista do SPC Brasil também indica colocar freio no uso do cartão de crédito: “O uso indevido pode acarretar em um ‘endividamento silencioso’ e, quando a pessoa finalmente se der conta, estará com sua situação financeira em crise, com dívidas maiores do que sua capacidade de quitá-las e podendo até mesmo ficar inadimplente”.

Metodologia

A pesquisa procurou avaliar o grau de educação financeira dos brasileiros e entender como o consumidor se relaciona com o dinheiro. Foram entrevistados 804 consumidores acima de 18 anos, de ambos os gêneros e de todas as classes sociais nas 27 capitais. A margem de erro é de no máximo 3,5 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%.



Baixe a pesquisa na íntegra e a metodologia clicando no link:

<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Informações à imprensa:

Renan Miret

(11) 3254 8810 | 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br

Carolina Laert

(61) 3049-9565 | 8299 3339

carolina.laert@inpresspni.com.br