

## 52% dos brasileiros fizeram alguma compra por impulso nos últimos três meses, revela SPC Brasil

Roupas e calçados atraem mais as mulheres, e eletrônicos, os homens. Seis em cada dez consumidores preferem parcelar, mesmo que acabem pagando mais pelo produto

Mais da metade dos brasileiros (52%) assume que já fez pelo menos uma compra por impulso nos últimos três meses. A conclusão é de um estudo realizado nas 27 capitais pelo portal de educação financeira *Meu Bolso Feliz* (<http://meubolsofeliz.com.br/>) em parceria com o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil).

O levantamento também procurou identificar com quais produtos os brasileiros mais gastaram desnecessariamente nos últimos 90 dias. Itens como roupas (29%) e calçados (19%) lideram a lista das compras supérfluas, seguidos por eletrônicos/celulares (18%) e perfumes/cosméticos (12%). Dentre as mulheres, a preferência por roupas e calçados é ainda maior: atinge 33% e 19% dos casos, respectivamente. Do lado masculino, além das despesas com roupas (24%), a aquisição de produtos eletrônicos ganha mais destaque (26%).

### Por que e onde compram?

A principal justificativa dada pelos consumidores para comprar por impulso são os descontos e promoções, mencionados por metade da amostra (50%). Vale destacar que apesar das promoções serem consideradas uma forma de propaganda para atrair mais público, uma parcela reduzida de apenas 2% e 1%, respectivamente, dos entrevistados assume que é influenciada por campanhas publicitárias ou pela própria ansiedade no ato da compra não planejada.

Já em relação aos locais onde são feitas as aquisições sem planejamento, o levantamento confirma o que muitos devem imaginar: os shopping centers são os campeões (35%). Em segundo lugar, ficaram as lojas virtuais (23%), em especial entre o público masculino (28% contra 19% da preferência feminina). Outros lugares também mencionados são as lojas de rua (14%), supermercados (14%) e lojas de departamento (4%).

Na avaliação de José Vignoli, educador financeiro do portal '*Meu Bolso Feliz*', o consumo não planejado deixa de ser um ato de prazer a partir do momento em que essa prática conduz o consumidor ao descontrole orçamentário e, conseqüentemente, à inadimplência.

“Muitas pessoas tendem a pensar que educação financeira é fazer uma poupança. Na verdade, guardar dinheiro é só uma parte. Ser educado financeiramente significa, antes de tudo, estar bem informado e tomar decisões conscientes na hora de priorizar e organizar os próprios gastos. Somente assim o consumidor passa a ter um maior controle psicológico sobre a impulsividade”, explica o educador.

### A vista ou parcelado?

Será que dá para viver sem crédito nos dias de hoje? A pesquisa do SPC Brasil foi atrás da resposta. 45% dos entrevistados afirmam que não enfrentariam grandes problemas em ter de pagar tudo à vista. Entretanto, é expressiva a parcela dos que não se imaginam sem a compra parcelada. Um quarto dos consumidores (24%) admite que o crédito assume um papel essencial para as suas finanças pessoais e que, sem ele, não conseguiria fechar as contas do mês ou comprar tudo que deseja.

De modo geral, o crédito é definido como algo positivo na opinião da maior parte dos consumidores ouvidos pelo estudo: para 52% dos entrevistados, ele é sinônimo de alegria ou realização de sonhos e para 30%, o crédito serve de ajuda nos momentos de dificuldade. Somente 7% dos entrevistados pensam que o crédito representa alto negativo, que pode causar problemas e incentivar o descontrole.



Para os consumidores entrevistados, o custo total da compra nem sempre é o fator preponderante. A pesquisa apresentou aos consumidores uma simulação de compra de um aparelho de celular,

que custaria R\$ 404,10 à vista, e perguntou como eles fariam para adquirir o produto. Seis em cada dez entrevistados (58%) afirmaram que optariam pagar em parcelas, em grande parte porque preferem prestações menores ou porque não conseguiriam comprar à vista.

“A pesquisa mostrou que muitos consumidores brasileiros procuram adequar os gastos ao orçamento, mesmo sabendo que o desembolso total pode ser maior. Outros consumidores preferem prestações menores para reservar parte do salário mensal para outras compras ou para imprevistos”, explica Flávio Borges, gerente financeiro do SPC Brasil.

“A dica é resistir às tentações das propagandas e não insistir em manter um estilo de vida que não combina com sua renda atual”, orienta Vignoli. “Às vezes parece imperceptível, mas fatores psicológicos, subjetivos e emocionais exercem muita influência nas decisões financeiras. Por uma questão de status, algumas pessoas compram desmesuradamente apenas para impressionar a família, os amigos e até mesmo o vendedor da loja, para alimentar a autoestima. Sem planejamento, essas pessoas adquirem produtos supérfluos e acabam se endividando excessivamente”, alerta o educador.

### **Descontrole**

A pesquisa detectou comportamentos que demonstram falta de planejamento por parte dos consumidores. Mais de um terço (35%) admite que não tem o hábito de olhar o extrato bancário antes de fazer uma compra parcelada - principalmente homens (39%) e brasileiros da classe C (38%). Além disso, 12% chegam a incorporar o limite do cheque especial e do cartão de crédito como parte do orçamento disponível para ser gasto no mês.

“O cheque especial só deve ser usado em casos emergenciais, não como fonte de renda para gastos mensais. Já o cartão de crédito transmite à pessoa a falsa sensação de não estar gastando. Esse é um dos grandes perigos para quem não está maduro o suficiente para lidar com o crédito de maneira correta. É fundamental sempre checar na fatura o valor total das compras antigas antes de se fazer uma nova dívida no cartão”, aconselha Vignoli.

O estudo do SPC Brasil revela que muitos consumidores (21%) admitem não saber quantas prestações estão pagando atualmente. Neste quesito, os homens (24%) aparentam ser menos cuidadosos do que as mulheres (19%).

## Nome sujo

Sete em cada dez entrevistados (67%) confessam que já passaram pela experiência de ter ficado com nome sujo na praça, sendo que 20% ficaram mais de três anos nesta situação e 13%, entre um ano e três anos.

A maior parte ficou com o nome restrito por causa de faturas de cartão de crédito que deixaram de ser pagas (51%), seguido por crediário em lojas (36%), contas de telefone, TV a cabo e internet (19%), financiamentos (18%) e cheques sem fundos (14%). A pesquisa detectou que os homens tendem a ficar mais inadimplentes no cartão de crédito (56% X 46%) enquanto as mulheres citam mais o crediário em lojas (42% X 29%).

Quando questionadas sobre os motivos que as levaram a ficar devendo, 47% das pessoas ouvidas citaram o desemprego, percentual que sobe para 53% entre os entrevistados da classe C. O empréstimo de nome a terceiros, como amigos e parentes, é citado por 25% dos entrevistados. Curiosamente, 22% citam genericamente o excesso de endividamento e 20% a incapacidade de pagar as contas. Entretanto, apenas 20% confessam que a má administração das finanças foi uma das causas.

Segundo o educador financeiro José Vignoli, muitas pessoas sequer percebem que não sabem administrar bem suas finanças, e esse desconhecimento é prejudicial para a vida financeira do consumidor. “Como poucas pessoas se preocupam em formar uma reserva financeira para enfrentar uma situação de desemprego, quando ele ocorre, o atraso das contas acaba se tornando inevitável. Embora o consumidor não admita conscientemente, isso também é uma má administração das finanças pessoais”, explica Vignoli.

Na avaliação de Flávio Borges, a piora do atual cenário macroeconômico tem exercido impacto negativo sobre a situação financeira do consumidor, que já sente mais dificuldade para honrar compromissos financeiros.

“O consumidor deve ser ainda mais cuidadoso com as compras em tempos de aperto no crédito, inflação alta e baixo crescimento da economia. Os bancos estão aumentando os juros. Ao mesmo tempo, os salários já não estão aumentando como antes. A dica, principalmente para quem já está endividado, é juntar dinheiro para dar uma entrada maior na aquisição de um produto e diminuir o número de prestações. É uma dica que vale em qualquer circunstância, mas que ganha importância neste momento”, orienta Borges.



## Metodologia

O principal objetivo da pesquisa foi investigar a relação dos consumidores com a utilização do crédito e as compras por impulso. Para isso, o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e o portal Meu Bolso Feliz ouviram 694 consumidores nas 27 capitais brasileiras. A margem de erro é de 3,8 pontos percentuais e a margem de confiança é de 95%.

## O que é o “Meu Bolso Feliz”?

Para contribuir com o aprendizado da educação financeira e despertar o interesse de crianças, jovens e adultos, o SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) lançou o *Meu Bolso Feliz* - <http://meubolsofeliz.com.br>. O portal oferece serviços gratuitos como calculadoras financeiras, simuladores de compras, investimentos, previdências e poupança, além de consultoria individualizada ao internauta, fornecida pelos economistas e educadores do SPC Brasil.

O portal *Meu Bolso Feliz* disponibiliza mecanismos para orientar e acompanhar a vida financeira do brasileiro nas mais diversas situações — de uma simples compra no supermercado até o planejamento da própria aposentadoria. O conteúdo do site foi desenvolvido de maneira interativa, simples, descomplicada e didática para alcançar o entendimento e o interesse do maior número de consumidores possível.

Baixe a pesquisa completa em

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

## Informações à imprensa:

Guilherme de Almeida

(61) 3213-2030 | (61) 8350 3942

[guilherme.dealmeida@inpressoficina.com.br](mailto:guilherme.dealmeida@inpressoficina.com.br)

Vinícius Bruno

(11) 3251-2035 | (11) 9-7142-0742 | (11) 9-4161-6181

[vinicius.bruno@inpressoficina.com.br](mailto:vinicius.bruno@inpressoficina.com.br)