



USO DAS MODALIDADES DE CRÉDITO - CARTÃO

Junho 2014



DINHEIRO DE PLÁSTICO REINA ABSOLUTO ENTRE OS BRASILEIROS, NA HORA DE PAGAR CONTAS E PARCELAR COMPRAS.

Empréstimo, cartão de crédito, crediário, financiamentos... Quais são as opções preferidas dos consumidores na hora de comprar, parcelar compras ou pagar as contas do mês? Quantos cartões, em média, os brasileiros possuem? Com que frequência os consumidores parcelam suas compras? Entre 19 e 21 de março deste ano o programa Meu Bolso Feliz, do SPC Brasil, fez essas e muitas outras perguntas sobre as **modalidades de crédito** utilizadas no país.

Uma das principais constatações da pesquisa é que **a modalidade predileta dos brasileiros, com larga vantagem sobre as demais, é o cartão de crédito**. O maior fôlego financeiro e o aumento do poder de compra, a praticidade, a segurança e até os programas de milhagem estão entre os fatores que estimulam o uso do cartão.

Para investigar as modalidades de crédito mais usadas no país o SPC Brasil ouviu 694 pessoas com mais de 18 anos, alfabetizadas, de todas as classes econômicas, nas 27 capitais brasileiras. A margem de erro é de 3,8 pontos percentuais, para um intervalo de confiança a 95%.



CARTÃO DE CRÉDITO

83% dos consumidores entrevistados na pesquisa do SPC Brasil afirmam utilizar o cartão de crédito para parcelar compras. Trata-se da opção mais comum, com ampla margem sobre todas as outras modalidades de crédito. Considerando apenas a classe A/B, 92% dos entrevistados dizem utilizar essa forma de pagamento. Quanto maior o grau de escolaridade, mais comum é o hábito de parcelar as contas, alcançando 90% das pessoas com ensino superior e/ou pós-graduação - o que, provavelmente, também está ligado à renda maior desse grupo.

Atestada pelo SPC Brasil, a popularidade do cartão de crédito também pode ser medida em números divulgados pelo Banco Central¹: o número de cartões de crédito ativos era próximo de 52 milhões em 2006. Em 2013, esse total já atingia cerca de 87 milhões, um aumento de mais de 68% no período. Esse fenômeno também ocorreu em outros países e seus impactos globais foram avaliados em estudo recente da Moody's Analytics. Segundo a agência, o uso de cartões (tanto de débito como de crédito) gerou um impacto de crescimento de 0,8% sobre o PIB dos países emergentes e 0,3% sobre o PIB de países desenvolvidos².

¹*Sistema de Pagamentos Brasileiro » Instrumentos de Pagamento » A indústria de cartões no Brasil – adendos estatísticos. Dezembro de 2013.*

²*The impact of Electronic Payments on Economic Growth. Moody's Analytics. Economic & Consumer Credit Analytics. Fevereiro de 2013, p. 3. Disponível em: <http://usa.visa.com/download/corporate/_media/moodys-economy-white-paper.pdf>*



BRASILEIROS: MÉDIA DE 1,7 CARTÕES DE CRÉDITO POR PESSOA

Uma em dez pessoas ouvidas na pesquisa do SPC Brasil afirma possuir quatro ou mais cartões de crédito. 12% da amostra falam em três cartões, e 25% em dois cartões. Finalmente, 30% dos entrevistados dizem ter apenas um cartão, número que não se alterou entre as classes sociais.

No geral, **os brasileiros que afirmam possuir cartão de crédito chegam a 77% dos entrevistados.** A proliferação deste mecanismo de compra entre os consumidores pode ser comprovada no dia a dia do comércio: de acordo com a Associação brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs)³, em 2013 o cartão de crédito participou com 31% do faturamento mensal dos estabelecimentos comerciais. Hoje existem mais de 4,2 milhões de máquinas de cartão de crédito e débito no Brasil, sendo que o aumento no número de aparelhos foi de 127% entre 2006 e 2013.

Aqueles que dizem não possuir nenhum cartão de crédito correspondem a 23% da amostra, mas a pesquisa constatou que quase a metade dessas pessoas (43%) costuma pedir emprestado o cartão de crédito de terceiros para fazer compras parceladas. Essa prática é ainda mais comum entre os mais jovens da amostra (53%). **23% dos entrevistados disseram optar pelo parcelamento, pelo menos uma vez ao mês.**

O SPC Brasil quis saber, também, quantas compras parceladas os consumidores têm no cartão de crédito, atualmente. Os dados revelam que **uma a cada cinco pessoas (21%) diz possuir pelos menos cinco compras parceladas.** De modo geral, 87% dos entrevistados que costumam parcelar afirmam ter pelo menos uma compra parcelada no cartão de crédito, atualmente.

³ Mercado de Meios Eletrônicos de Pagamento. Ano VI. Datafolha e Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviço (Abecs). 2013



CONSUMIDORES APONTAM RISCO DE COMPRAS SUPÉRFLUAS COMO PRINCIPAL DESVANTAGEM DO CARTÃO DE CRÉDITO. ENTRE AS VANTAGENS, SEGURANÇA TEM MAIOR APELO.

Perguntadas sobre a principal vantagem em pagar com cartão de crédito, 30% das pessoas ouvidas mencionam a segurança, pelo fato de não precisarem andar com dinheiro. O percentual sobe para 34% entre as mulheres e 36% na classe A/B.

Para 28% da amostra, a maior vantagem do cartão de crédito é poder parcelar o valor das compras. Já para 19% dos entrevistados, o melhor é ter prazo para pagar, o que contribui para intensificar o fôlego financeiro dos consumidores. Para 15%, o melhor é poder fazer compras, mesmo quando não se tem dinheiro.

Apenas 5% da amostra citou os programas de milhagens como a maior vantagem no uso do cartão de crédito. Apesar da parcela pouco expressiva, a importância deste tipo de iniciativa pôde ser constatada na pesquisa do SPC Brasil: **os programas de milhagens mobilizam um terço dos entrevistados, já que 32% disseram dar preferência ao cartão, no intuito de acumular pontos.** Tomando apenas o universo masculino a porcentagem sobe para 39%, chegando a 42% entre os pertencentes à classe A/B.

Em relação às desvantagens de pagar com cartão, 55% mencionam o descontrole (39% mencionam a possibilidade de comprar coisas supérfluas e 16% falam na compra por impulso). Para outros 35% dos entrevistados, a maior desvantagem do cartão é a possível perda de controle do quanto já foi gasto, ocasionando surpresas desagradáveis quando chega a fatura. Roberts e Jones, em seu estudo publicado em 2011, acreditam que o cartão de crédito acaba por estimular gastos devido a dois fatores: por facilitar as transações financeiras, e pelo fato de muitos verem o valor gasto nessas transações como algo “abstrato”⁴.

⁴ROBERTS, J. *Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy.* *Journal of Consumer Affairs*, v. 32, n. 2, p. 295-308, Winter 1998.

Finalmente, 9% não veem nenhum risco no uso do cartão, e apenas 1% dos entrevistados acredita que o maior risco é a clonagem, reforçando a ideia de que o cartão de crédito é considerado, pelos brasileiros, um meio de pagamento seguro.

O SPC Brasil também perguntou aos consumidores a respeito do hábito de pagar somente a fatura mínima do cartão de crédito. **Mais da metade da amostra (56%) afirma já ter pagado o valor mínimo, pelo menos uma vez.** E quando o assunto é o conhecimento (ou desconhecimento) das taxas mensais de juros praticadas pelas operadoras, os brasileiros aparentam ser pouco aplicados: **apenas um terço (33%) das pessoas ouvidas afirma conhecer as taxas praticadas, ao optar por pagar a fatura mínima.** Nesse quesito, há diferença considerável entre as classes sociais: 44% daqueles que pertencem à classe A/B dizem estar cientes das taxas de juros; a porcentagem cai para 24% entre aqueles que pertencem à classe C/D/E.



Sobre as razões para o apelo das compras parceladas junto aos consumidores, de modo geral, um estudo divulgado pelo Banco Central⁵ argumenta que os consumidores não costumam observar o custo implícito do parcelamento – quase sempre embutido no preço dos produtos e serviços oferecidos. Perguntados pelo SPC Brasil sobre os valores da parcela e dos juros que serão pagos numa compra parcelada, 61% dos entrevistados afirmam que preferem analisar o valor da parcela, sempre ou frequentemente. Ou seja, a adequação do valor da parcela ao bolso do consumidor é mais importante que o valor final do produto.

⁵Relatório sobre a Indústria de Cartões de Pagamentos. Adendo Estatístico 2011, página 8. Banco Central do Brasil





CONCLUSÃO

A pesquisa do SPC Brasil sobre as modalidades de crédito indica que os brasileiros incorporaram o uso do cartão de crédito ao seu dia a dia, com 83% das pessoas afirmando usar este mecanismo para parcelar compras. Segundo a Abecs, o crescimento médio do mercado de cartões de crédito deve chegar a 15% ao ano, até 2016⁶. A instituição também lembra que os meios eletrônicos de pagamento já respondem por 50% do volume financeiro gasto por mês pelo consumidor⁷.

Se, por um lado, os brasileiros parecem conhecer bem as vantagens do cartão (entre elas a segurança e a facilidade do parcelamento), por outro eles também entendem os riscos envolvidos no uso deste mecanismo de crédito. Apontadas como maior desvantagem dos cartões, as compras supérfluas representam possibilidade real de endividamento, o que exige que o consumidor aja com prudência. Um

estudo anterior do SPC Brasil⁸ já mostrou que os maus hábitos de planejamento financeiro são, muitas vezes, os grandes responsáveis pela inadimplência das famílias, independente do nível de renda.

A expansão do crédito no Brasil trouxe diversos benefícios aos consumidores e ao crescimento econômico. Entretanto, o consumidor precisa estar atento para saber usar o crédito da melhor maneira possível. Oliveira, Ikeda e Santos (2004)⁹ ressaltam, em seu estudo, que a facilidade da compra no cartão é, muitas vezes, um fator facilitador da compra por compulsão. O pagamento integral da fatura do cartão de crédito e um número pequeno de parcelamentos de cada vez devem guiar o consumo consciente. O consumidor que prefere pagar à vista, e, quando paga a prazo, o faz com cautela, tem menor chance de sujar o nome.

⁶Mercado de Meios Eletrônicos de Pagamento. Ano VI. Datafolha e Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviço (Abecs). 2013.

⁷Mercado de Meios Eletrônicos de Pagamento. Ano VI. Datafolha e Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviço (Abecs). 2013

⁸<http://zip.net/byngwP>

⁹Veludo de Oliveira; Tânia Modesto; Ikeda, Ana Akemi and Santos, Rubens da Costa. *Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito*. Ver. Adm. Empres [on line]. 2004, vol.44, n.3

