

Indicador de Uso do Crédito e Propensão ao Consumo

Junho 2017

Sistema CNDL

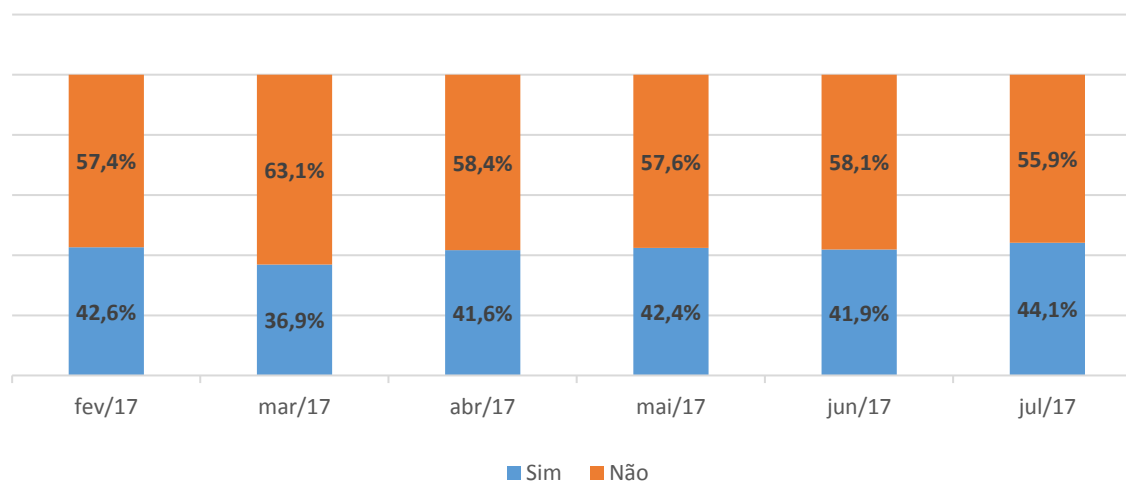


Indicador de Uso do Crédito marca 28,5 pontos em junho

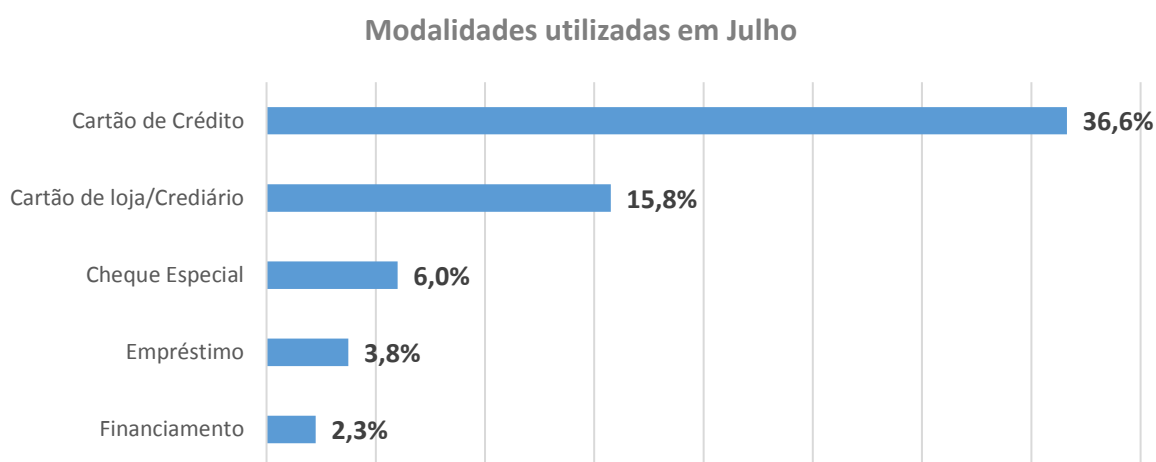
Em junho de 2017, o Indicador de Uso do Crédito registrou 28,5 pontos, ficando acima do observado no mês imediatamente anterior (27,5 pontos). O Indicador, apurado pelo SPC Brasil e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), considera a proporção de consumidores que recorreram ao crédito, bem como a variedade de modalidades a que cada um recorreu. Com início em janeiro deste ano, a série histórica não permite comparação com o período anterior à crise. Nota-se, contudo, que desde os primeiros meses de pesquisa, o indicador distancia-se bastante dos 100 pontos, o seu nível máximo.

A abertura dos dados revela que, em junho, foi de 44,1% a proporção de consumidores que recorreram às compras à prazo e ao empréstimo de recursos. Como nos meses anteriores, o cartão de crédito foi a modalidade mais usada, sendo mencionado por 36,6% desses consumidores. Em seguida, aparecem o cartão de loja e crediário, citado por 15,8%, o cheque especial (6,0%), os empréstimos (3,8%) e os financiamentos (2,3%). Complementarmente, o percentual de entrevistados que não usaram nenhuma das modalidades supracitadas foi de 55,9%.

Uso do crédito no mês anterior



Refletindo o ambiente de maior restrição ao crédito, a sondagem mostra ainda que a contratação de empréstimos e financiamentos é considerada difícil ou muito difícil para 42,5% dos consumidores. Além desses, um quinto dos entrevistados (20,0%) não consideram fácil nem difícil, enquanto 14,9% consideram fácil. Também nos estabelecimentos comerciais nem sempre é fácil obter crédito: de acordo com a sondagem, 18,9% dos consumidores tiveram crédito negado em junho.



Os dados acerca da dificuldade de contratação de empréstimos e do crediário negado sugerem que o uso do crédito poderia alcançar um número maior de consumidores. Mas, de acordo com a economista-chefe do SPC Brasil, há que se ponderar o risco da inadimplência. “O mau uso do crédito pode ter como consequência a inadimplência. Por isso é importante que o concedente de crédito estabeleça critérios para a concessão, e que o consumidor exerça o autocontrole para não gastar além do que pode. O país contabiliza, hoje, quase 59 milhões de consumidores negativados. É desmotivador para quem vendeu e não recebeu e frustrante para quem gostaria de pagar”, diz.

Cartão de crédito: 42,0% dos usuários aumentaram o valor da fatura em junho

Quatro em cada dos consumidores que utilizaram o cartão de crédito em junho aumentaram o valor da fatura na comparação com o mês anterior. Em maio, esse percentual fora de 33,2%. A proporção dos que relataram diminuição da fatura foi de 23,2%. Além desses, 29,7% dizem

que o valor da fatura permaneceu o mesmo. De acordo com a sondagem, em junho, o valor médio da fatura, tal como reportado pelo entrevistados, foi de R\$ 977.

Quanto aos produtos e serviços mais comprados com o cartão, 66,2% mencionam alimentos em supermercado. Em seguida, aparecem os itens de farmácia e remédios, citados por 56,3%, Roupas e Calçados (36,5%), Combustíveis (34,8%), e Bares e Restaurantes (31,1%). Como se nota, itens de primeira necessidade encabeçam a lista das compras realizadas via cartão de crédito. Isso pode decorrer da falta de recursos no momento da compra ou da comodidade e hábito do uso cartão. Independentemente da razão, Kawauti alerta para o fato de que o controle dos gastos é essencial. “O consumidor que recorre ao cartão para fazer frente a esses gastos precisa levar em consideração que, nos meses seguintes, terá de arcar com as despesas básicas novamente e planejar-se para o pagamento”.

Itens comprados com cartão de crédito	%
Alimentos (supermercado)	66,2%
Farmácia, Remédios	56,3%
Roupas, Calçados, Acessórios	36,5%
Combustível	34,8%
Bares e restaurantes	31,1%
Recarga para telefone celular	15,0%
Maquiagem, perfumes, cremes, loções, etc	14,7%
Acessórios para automóveis	10,6%
Salão de beleza	10,6%
Eletrônicos	10,2%
Materiais de construção	10,2%

Entre os usuários de crediário em junho, metade utilizou para a compra de itens do vestuário

Os apelos para que o consumidor entre no crediário são frequentes. Essa é uma opção para quem deseja antecipar a compra de algum bem de alto valor e não dispõe do total para pagar à vista. Só não se deve aceitar a oportunidade a qualquer custo, ou seja, a qualquer taxa de juros.

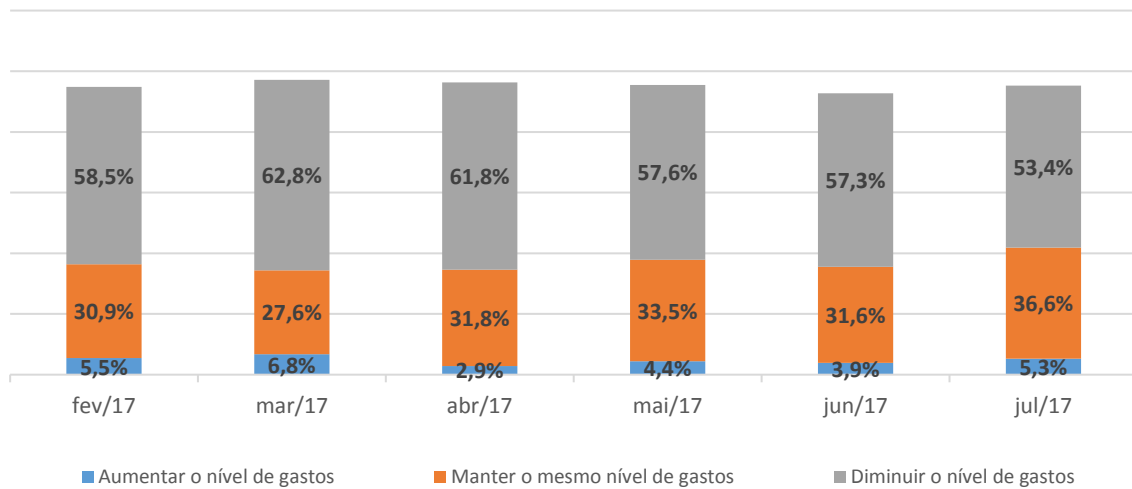
A sondagem mostra que, em junho, 15,8% dos consumidores utilizaram crediário, percentual que coloca a modalidade de crédito como a segunda mais usada. Entre aqueles que utilizaram o crediário, as compras mais mencionadas foram: Roupas, calçados e acessórios (54,0%), alimentos (15,1%), maquiagem e cosméticos (10,3%), artigos de cama, mesa e banho (9,5%) e recarga para celular (6,3%). Na média, esses consumidores gastaram R\$ 339.

Itens comprados no crediário	%
Roupas, Calçados, Acessórios	54,0%
Alimentos (supermercado)	15,1%
Maquiagem, perfumes, cremes, loções, etc	10,3%
Artigos de cama, mesa e banho	9,5%
Recarga para telefone celular	6,3%
Eletrodomésticos	5,6%
Eletroeletrônicos	5,6%

Sete em cada dez consumidores estão no vermelho ou no limite do orçamento

Projetando o orçamento para o mês seguinte à coleta dos dados, ou seja, o mês de agosto, a maior parte dos consumidores (53,4%) pretende cortar gastos. Pouco mais de um terço (36,6%) pretende manter o mesmo nível e apenas 5,3% pretendem aumentar o nível de gastos. Os efeitos da crise se destacam entre as justificativas: 18,3% dizem que reduzirão as despesas por estarem desempregados; 19,4% mencionam os altos preços e 8,9% a redução da renda. Esses entrevistados citam também o esforço constante de economizar (23,9%), o endividamento (13,6%) e a intenção de fazer reserva financeira (11,2%).

Gastos no próximo mês



Dado coletado em julho, referente ao mês de agosto

Desconsiderando-se os itens de supermercado, na lista dos produtos que os consumidores pretendem comprar no mês de agosto, os Remédios foram citados por 23,9%. Em seguida, aparecem as Roupas, calçados e Acessórios (19,5%), Recarga para telefone celular (18,6%) e Perfumes e cosméticos (13,6%). Destacam-se ainda 29,3% que não pretendem comprar nenhum dos itens elencados.

Produtos que pretende comprar no próximo mês	%
Remédios	23,9%
Roupas/ Calçados/Acessórios	19,5%
Crédito/recarga para telefone celular	18,6%
Perfumes, cremes, loções, maquiagem, etc	13,6%
Salão de beleza	8,6%
Materiais de construção	7,8%
Viagens	6,9%
Eletrodomésticos	6,4%
Eletrônicos	6,4%
Nenhum	29,3%

Outro dado que se destaca é que 37,6% dos consumidores disseram estar no vermelho, isto é, sem conseguir pagar todas as contas, no mês da pesquisa, e 38,0% disseram estar no zero a zero, sem sobra nem falta de dinheiro. Somente 17,0% disseram estar no azul. A proporção de consumidores em aperto mostra bem o impacto da crise sobre as finanças pessoais, embora o estado da economia não seja o único fator a explicá-lo – há também a importante questão da falta de controle do orçamento. E, como não poderia ser diferente, a situação financeira impacta o consumo, seja porque restringe o crédito ou porque leva o próprio consumidor a rever seu padrão de consumo.

Metodologia

A pesquisa abrangeu 12 capitais das cinco regiões brasileira, a saber: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife, Salvador, Fortaleza, Brasília, Goiânia, Manaus e Belém. Juntas, essas cidades somam aproximadamente 80% da população residente nas capitais. A amostra, de 800 casos, foi composta por pessoas com idade superior ou igual a 18 anos, de ambos os sexos e de todas as classes sociais. Os dados foram coletados via web e presencialmente no mês de junho. A margem de erro é de 3,5 pontos percentuais.

