

75% dos internautas usaram o cartão de crédito nos últimos 12 meses, aponta CNDL/SPC Brasil

84% não sabem a taxa de juros mensal em caso de atraso. Pesquisa aponta crescimento do uso de cartões de bancos digitais

A maior disponibilidade de crédito oferecida pelas instituições financeiras tem levado o consumidor a usar cada vez mais algum tipo de modalidade ofertada, principalmente os cartões de crédito. Apesar de trazerem comodidade ao consumidor e permitirem o parcelamento de compras, o uso do crédito pode trazer armadilhas para a organização financeira das famílias.

Levantamento realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em parceria com o Sebrae, aponta que 75% dos internautas brasileiros usaram o cartão de crédito nos 12 meses anteriores ao estudo, principalmente nas compras na internet (58%), quando falta dinheiro para pagar à vista e precisa parcelar (44%) e quando o valor da compra é muito alto (36%).

Entre aqueles que não usaram esse sistema de pagamento, a maioria (32%) respondeu que nunca teve cartão e que nem sente falta do serviço. A preferência pelo pagamento à vista, mesmo na ausência de desconto, foi outro motivo destacado, mencionado por 23%. Já outros (19%) afirmaram que preferem fazer pagamentos à vista para obter descontos.

A pesquisa também mostrou que a maioria dos usuários dessa modalidade tem mais de um cartão de crédito no bolso, sendo a média geral de 2 cartões: 25% afirmaram ter dois cartões e outros 25% afirmaram ter três ou mais. O percentual de usuários com apenas um cartão foi de 31%.

Questionados sobre o motivo de possuírem mais de 1 cartão, os usuários citaram principalmente o não pagamento de anuidade, lembrado por 57% (um crescimento de 28 pontos percentuais em relação a 2019). Em seguida, 41% destacaram que gostam de ter mais de uma bandeira de cartão, pois alguns estabelecimentos não aceitam todas as bandeiras. Outra razão destacada foi a possibilidade de poder escolher qual cartão utilizar de acordo com a data da fatura (35%). Além desses destaques, os consumidores citaram as pontuações em programas de milhagens (20%); o recebimento de cartão sem solicitar (19%); e a possibilidade de pagar as contas do mês e seguir comprando (17%).

O presidente da CNDL, José César da Costa, destaca a importância do controle do uso do crédito por parte dos consumidores.

“É importante observar que a contratação de um novo cartão com a finalidade de aumentar o limite de crédito deve respeitar a renda. Por mais que seja possível continuar comprando no

curto prazo, mesmo com o orçamento comprometido, em algum momento a fatura das compras vai chegar e, em caso de atraso, chegará com a cobrança de juros. Se o limite excede muito a renda, é o consumidor quem deve ter o autocontrole com relação aos seus gastos, cuidando para não acabar devendo muito mais do que os ganhos podem cobrir”, destaca.

Percentual de usuários com cartões de bancos digitais e ‘fintechs’ cresce 27 p.p. em relação a 2019

As fintechs, startups que oferecem serviços financeiros por meio de plataformas digitais, ganharam espaço no cenário bancário do país, que há até pouco tempo era dominado pelas cinco maiores instituições financeiras. Essa mudança é apontada na pesquisa, que mostra que 62% dos consumidores possuem cartões de grandes bancos tradicionais. O percentual é 14 pontos percentuais menor em relação ao levantamento de 2019 (76%).

Por outro lado, a participação dos que têm cartões de bancos 100% digitais e “fintechs” subiu 27 pontos percentuais, passando de 21% em 2019 para 49% em 2021, sobretudo entre os mais jovens. Os cartões de crédito oferecidos por lojas de varejo também foram menos citados (36% em 2019 e 26% em 2021). Além desses, 4% mencionaram as financeiras e 3% citaram as seguradoras.

Entre aqueles que citaram as “fintechs”, 47% dizem ter feito essa opção por indicação de amigos e 41% descobriram essas instituições financeiras pesquisando na internet. A propaganda foi um meio de descoberta citado por 31%, enquanto 24% citaram a indicação de parentes.

Já os motivos que levaram esses consumidores a optarem por essas novas empresas são variados: 63% mencionaram a possibilidade de economizar no pagamento de taxas de juros e anuidade, mas outro ponto crucial foi a questão do atendimento facilitado através de aplicativos e sem burocracia de atendimento presencial no banco, destacado por 58%. Além desses motivos, os entrevistados destacaram ainda a rápida aprovação do crédito (47%); o interesse em testar o novo modelo (35%); e o fato de o limite liberado ser maior (19%).

O cartão utilizado nos últimos 12 meses foi, na maior parte dos casos, adquirido mediante solicitação do cliente em instituições financeiras ou lojas. É o que respondem 43%. Já 38% receberam a proposta de um cartão e aceitaram, enquanto 7% receberam um cartão em casa sem que tivessem solicitado.

84% desconhecem a taxa de juros paga quando optam por entrar no rotativo

De acordo com a pesquisa, entre os usuários de cartão de crédito, a quantidade média de parcelamentos a ser paga nos próximos meses é de 5,7, sendo que 16% relataram um número igual ou maior que sete parcelas. A taxa mensal média reportada pelos usuários do cartão, no

caso de entrar no rotativo, foi de 10%, mas um percentual expressivo dos que usaram o próprio cartão nos últimos 12 meses (84%) afirmou desconhecer essa taxa.

Sete em cada dez (68%) alegaram fazer controle dos gastos com cartões, sendo que 28% acessam o aplicativo com frequência, 18% anotam em caderno ou papel, 15% fazem uso de planilha de computador e 6% registram os gastos em aplicativos de celular. Há, no entanto, 32% que não fazem controle, sendo que 13% somente leem a fatura no final do mês, 8% fazem controle de cabeça e 8% apenas guardam os comprovantes de compras. 2% admitem não controlar.

“A falta de um controle sistemático pode expor o consumidor a surpresas desagradáveis com a chegada da fatura, sobretudo quando o limite de crédito supera a renda, mas quando a fatura chega, só resta pagar. Os parcelamentos da fatura, muitas vezes sugerido pelo próprio banco, pode parecer a solução ideal, mas também embute taxas de juros elevadas que podem levar à inadimplência de uma dívida impagável”, destaca Costa.

As consequências do mau uso do cartão de crédito chegam e cobram caro. A pesquisa mostrou que 31% dos internautas que usaram essa modalidade nos últimos 12 meses afirmaram que ficaram inadimplentes no período devido ao não pagamento do cartão, sendo que 15% regularizaram a situação e 15% ainda estão com o nome sujo. Por outro lado, 64% nunca foram negativados por esse motivo. O bloqueio do limite em razão do não pagamento da fatura já ocorreu com 27% dos entrevistados.

Parcelamento e compras online são as principais vantagens para uso do cartão de crédito

A possibilidade de parcelamento e de fazer compras online foram as principais vantagens identificadas no uso cartão de crédito, citadas por 46% e 31%, respectivamente. Outros atributos mencionados foram o prazo para pagamento (30%); a facilitação do pagamento de compras online (27%); a segurança, por não precisar andar com dinheiro ou cheque (27%); a possibilidade de fazer compra, mesmo quando não tem dinheiro disponível (25%); o crédito para imprevistos (19%); e o maior controle das compras (17%), entre outras razões.

Dadas as vantagens, 32% deixaram de comprar em alguma loja pela recusa do estabelecimento em aceitar o cartão de crédito como forma de pagamento, enquanto 28% pagaram através de outras formas e 27% relataram que a não aceitação dos cartões nunca aconteceu, mas que deixariam de comprar caso o estabelecimento não aceitasse.

23% usaram crediário nos últimos 12 meses; modalidade apresentou queda de 24% na comparação com 2019

O crediário, velho conhecido dos brasileiros, apresentou diminuição no uso pelos consumidores. O percentual de internautas que usaram essa modalidade nos últimos 12

meses foi menor do que o percentual dos que usaram o cartão: 23%. O número também ficou abaixo do observado no levantamento de 2019 (30%, queda de 7 pontos percentuais).

Entre os que usaram o crediário nos últimos 12 meses, o cartão de loja foi a principal forma, mencionada por 61% dos entrevistados. Além desses, 48% fizeram o pagamento por meio de carnês. Lojas de grandes varejistas de roupas e calçados lideraram as citações entre os usuários da modalidade, mencionadas por 39%. Já o varejo de eletroeletrônicos foi mencionado por 38%, enquanto os supermercados foram citados por 15% e as financeiras por 13%.

Empréstimo pessoal (15%), limite do cheque especial (13%), empréstimo consignado (12%) e o financiamento (8%) completam a lista de modalidades de crédito utilizadas pelos internautas brasileiros.

METODOLOGIA

Público-alvo: População internauta residente nas capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos

Método de coleta: pesquisa realizada via web.

Tamanho amostral: 800 casos e pós-ponderada considerando as capitais do país e perfil.

Margem de erro no geral de 3 p.p. para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta: 30 de junho a 07 de julho de 2021.

Sobre a CNDL – Criada em 1960, a CNDL é formada por Federações de Câmaras de Dirigentes Lojistas nos estados (FCDLs), Câmaras de Dirigentes Lojistas nos municípios (CDLs), SPC Brasil e CDL Jovem, entidades que, em conjunto, compõem o Sistema CNDL. É a principal rede representativa do varejo no país e tem como missão a defesa e o fortalecimento da livre iniciativa. Atua institucionalmente em nome de mais de 500 mil empresas, que juntas representam mais de 5% do PIB brasileiro, geram 4,6 milhões de empregos e movimentam R\$ 340 bilhões por ano.

SPC Brasil – Há mais de 60 anos no mercado, o SPC Brasil possui um dos mais completos bancos de dados da América Latina, com informações de crédito de pessoas físicas e jurídicas. É a plataforma de inovação do Sistema CNDL para apoiar empresas em conhecimento e inteligência para crédito, identidade digital e soluções de negócios. Oferece serviços que geram benefícios compartilhados para sociedade, ao auxiliar na tomada de decisão e fomentar o acesso ao crédito. É também referência em pesquisas, análises e indicadores que mapeiam o comportamento do mercado, de consumidores e empresários brasileiros, contribuindo para o desenvolvimento da economia do país.

PP 4.0 – Com investimento total de R\$ 3,7 milhões ao longo de dois anos, o projeto prevê três tipos de eventos que irão percorrer todas as regiões do país. São encontros com objetivo de qualificar lideranças para ações de Relações Institucionais e Governamentais (RIG) com foco no estímulo às articulações locais; encontros para fomento ao desenvolvimento local e regional por meio da articulação das lideranças do varejo e elaboração de propostas de Políticas Públicas; e encontros para mobilização empresarial para debater fundamentos essenciais ao desenvolvimento sustentável de negócios e empresas. Ao longo do período do convênio, serão realizados 36 encontros, 12 de cada tipo.

Os fóruns são conduzidos por especialistas em cada tema a fim de estimular o debate e a consolidação de fundamentos essenciais entre os líderes do setor de comércio e serviços, como protagonismo, ética e associativismo. Também serão promovidos 12 estudos e pesquisas com objetivo de embasar a formulação de políticas públicas com foco nas micro e pequenas empresas do setor. Além disso, será desenvolvida uma plataforma digital de articulação política – um sistema online inédito no Brasil que permitirá acompanhar projetos, estruturar demandas e ao mesmo tempo mobilizar lideranças e conectar atores públicos e privados.

INFORMAÇÕES À IMPRENSA

Marina Barbosa

(61) 9 8340 0257

marina.barbosa@cndl.org.br