

21% dos brasileiros já pediram nome emprestado para fazer compras, revela SPC Brasil

Pais, amigos e familiares são os mais solicitados. Levantamento mostra que 'nome sujo' é a razão principal para três em cada dez consumidores que fazem o pedido

Mesmo com a expansão do crédito nas últimas décadas e o ingresso de mais brasileiros no mercado de consumo no país, o hábito de usar o nome de terceiros para compras a crédito ainda é bastante comum no Brasil. Um levantamento realizado em todas as capitais pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal de educação financeira 'Meu Bolso Feliz', revela que em cada dez brasileiros, dois (21%) já pediram o nome emprestado a outras pessoas para realizar compras parceladas - especialmente as mulheres (26%).

A estratégia é utilizada principalmente pelos consumidores que enfrentam dificuldades para ter acesso ao crédito, mas querem continuar consumindo. Quase um terço desses entrevistados (31%) disse que teve de recorrer ao empréstimo de nome por estar com o CPF registrado em cadastrados de inadimplentes e 24% alegam ter estourado o limite do cartão de crédito ou do cheque especial.

“Trata-se de uma combinação perigosa para o bolso do consumidor. Ele não conseguiu pagar suas dívidas antigas ou está no limite do endividamento, mas ainda assim mostra-se disposto para continuar consumindo por meio da ajuda de terceiros. Em vez de priorizar o pagamento de dívidas, esse comportamento pode fazer com que o consumidor fique com suas finanças desajustadas”, alerta a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

O estudo ainda revela que grande parte dos pedidos de empréstimos de nome é feita para pessoas muito próximas, geralmente um familiar ou amigo e a proximidade da relação acaba sendo um dos fatores de constrangimento para a recusa do pedido. Quando se considera o empréstimo de cartão de crédito, por exemplo, os mais solicitados são os pais (32%), amigos (21%) e familiares (20%). Já quando a solicitação é para abrir um crediário, os pedidos são concentrados, principalmente nos amigos (56%), pais (27%) e familiares (18%).

“O consumidor que acaba cedendo aos pedidos, precisa recordar que a pessoa que pede esse tipo de favor já tem o próprio nome com restrição e provavelmente enfrentará dificuldades para pagar o compromisso em dia”, afirma Marcela.

Empréstimo de cartão lidera

Segundo o levantamento, 6% dos entrevistados que tomaram o nome emprestado afirmam não ter informado a pessoa solicitada sobre o valor que seria gasto na compra. O cartão de crédito é o meio de pagamento mais solicitado pelos consumidores (19%) realizarem compras em nome de terceiros, seguido pelo crediário, como carnês e boletos (12%), financiamento em bancos (5%), empréstimo consignado (4%) e cheque pré-datado (3%).

A pesquisa mostra que, na maior parte dos casos, os pedidos de empréstimo de nome serviram para o consumidor adquirir produtos como calçados (37%) e roupas (34%) - sobretudo entre os indivíduos da classe C - eletrodomésticos (25%), móveis para casa (24%), computadores, notebooks e tablets (20%), smartphones e eletrônicos (15%).

“O recomendável é nunca emprestar ou pedir o nome emprestado, mesmo que seja para algum parente próximo ou amigo íntimo. Dizer ‘não’ pode até abalar a amizade, mas se a pessoa diz ‘sim’ sem pensar nas consequências daquele ato, corre o risco de perder não somente o amigo, mas também dinheiro e ficar com o nome sujo.” alerta o educador financeiro do portal ‘Meu Bolso Feliz’, José Vignoli.

Os especialistas do SPC Brasil explicam que ao assumir a dívida de terceiros, por ingenuidade ou por uma simples gentileza, a pessoa passa a arcar com todas as consequências financeiras e jurídicas, caso o tomador do nome emprestado não consiga honrar o compromisso assumido. “A responsabilidade sobre a dívida é sempre de quem a contratou,”, alerta José Vignoli.

Metodologia

O SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) e o portal de educação financeira ‘Meu Bolso Feliz’ entrevistaram 642 consumidores de todas as classes sociais e ambos os gêneros nas 27 capitais. A margem de erro é de no máximo 3,8 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%. Isso significa que em 100 levantamentos com

a mesma metodologia, os resultados estarão dentro da margem de erro em 95 ocasiões. Os dados foram pós-ponderados para ficarem representativos ao universo estudado.

Baixe a íntegra do estudo em <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Informações à imprensa:

Vinícius Bruno

(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br