

Índice

1. Introdução.....	1
1.1 Identificação do Problema.....	1
1.2 Objeto da Investigação	2
1.3 Objetivo da Investigação.....	2
1.4 Metodologia adotada	3
2. Instituições de Crédito	5
2.1 Evolução histórica do sistema bancário português.....	5
2.2 Caracterização das instituições de crédito	7
2.2.1 Dados estatísticos das instituições financeiras	9
2.3 As funções das instituições financeiras.....	11
2.4 Contratos de crédito aos consumidores – Legislação	12
2.4.1 Regulamentação dos contratos de crédito	12
2.5 Supervisão efetuada pelo Banco de Portugal	19
2.5.1 Normas de supervisão	19
3. Caracterização dos consumidores de crédito.....	25
3.1 Perfil do consumidor	25
3.2 Procura de crédito.....	26
3.2.1 Factores económicos	26
3.2.2 Factores sociais e culturais.....	33
3.2.3 Factores psicológicos	35
3.2.4 Factores demográficos	37
4. Endividamento das famílias Portuguesas	39
4.1 Diferentes tipos de crédito	39
4.1.1. Crédito ao consumo.....	39
4.1.2. Crédito habitação.....	49
4.2 Conceito de endividamento e sua origem	50
4.3 Incumprimento e endividamento	56
4.3.1 Notícias de endividamento.....	56
4.3.2 Estudo de casos de incumprimento	60
5. <i>Marketing</i> bancário das instituições de crédito associado ao endividamento das famílias	73
5.1 O <i>marketing</i> bancário.....	73
5.1.1 O Plano de <i>Marketing</i>	74
5.2 Campanhas de marketing	79

6. Prevenção do endividamento excessivo e incumprimento	82
6.1 Literacia financeira.....	82
CONCLUSÃO	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
ANEXOS	93
ANEXO I	I
ANEXO II	II
ANEXO III	III
ANEXO IV	IV
ANEXO V	V
ANEXO VI	VI
ANEXO VII	VII
ANEXO VIII	VIII
ANEXO IX	IX

1. Introdução

1.1 Identificação do Problema

A sociedade em que vivemos depara-se, atualmente, com uma problemática denominada de crise económica e financeira. Através da elaboração desta dissertação pretende-se compreender quais os principais motivos que estiveram na origem do endividamento dos particulares, que motivações foram tidas em consideração no momento de contraírem créditos, quais os principais tipos de crédito que se encontram na origem do endividamento, mas também perceber o peso que os diferentes tipos de crédito, nomeadamente crédito habitação e crédito ao consumo, têm no aparentemente excessivo endividamento das famílias. Importa, também, aferir qual a importância que as instituições financeiras tiveram no endividamento dos particulares, análise e perceção das campanhas de marketing existentes junto dos consumidores.

O facto de existir uma grande diversidade de oferta de crédito aos consumidores é um forte impulsionador do consumo e conseqüente endividamento das famílias. Por vezes, a falta de transparência por parte das instituições financeiras levam o consumidor a contrair empréstimos sem terem noção dos riscos que incorrem no caso do incumprimento.

O decreto-lei nº. 133/2009, de 2 de Junho, estabelece as regras a implementar na concessão de novos créditos ao consumo. O cumprimento deste decreto-lei é de extrema importância, mediante a supervisão do órgão regulador – Banco de Portugal.

A caracterização das instituições financeiras será efetuada com recurso ao Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras contemplado no decreto-lei nº. 298/92 de 31 de Dezembro, e respetivas alterações introduzidas naquele diploma, desde 1992.

De acordo com o artº. 65º da Constituição da República Portuguesa a habitação é um direito de todas as famílias. No entanto, a aquisição de habitação própria permanente, raramente é possível sem o recurso ao crédito. Contudo, é no crédito habitação, que se encontra regulado pelo decreto-lei nº. 348/98, de 9 de Novembro, que as famílias investem uma grande parte dos seus rendimentos.

A caracterização do crédito ao consumo será efetuada com recurso ao decreto-lei 359/91, de 21 de Setembro, e o crédito à habitação será evidenciado através da análise do decreto-lei 349/98, de 11 de Novembro e respetivas alterações introduzidas desde 1998.

Torna-se urgente e necessário sensibilizar as famílias para a necessidade de poupança, inversamente ao endividamento excessivo.

Terão todos os créditos contraídos como finalidade a aquisição de bens essenciais? Ou encontramos-nos numa sociedade de consumo que nos leva a adquirir bens supérfluos com recurso a créditos ao consumo, com elevadas taxas de juro e sem alternativas para o cumprimento dos mesmos?

São questões como estas que se pretendem ver esclarecidas no presente estudo, identificar o que leva o consumidor a ir para além das suas capacidades financeiras e qual a responsabilidade que as instituições de crédito têm na concessão desses mesmo créditos.

Quem de nós, cidadão comum, não recebeu já nas suas caixas de correio um crédito pré-aprovado para o qual só temos que assinar o formulário que já vem pré-preenchido? Ou quem de nós, não recebeu um telefonema com a oferta de um crédito que estará disponível na nossa conta num prazo de 48 horas? Basta que para isso facultemos apenas alguns dos nossos dados pessoais. E estarão todas as famílias esclarecidas para os custos que estes créditos “oferecidos” acarretam? É este esclarecimento que se pretende com o desenvolvimento deste trabalho.

1.2 Objeto da Investigação

Como refere Marques (2000) a principal causa do endividamento das famílias prende-se, não só, com a contração de empréstimos à habitação, mas também com o crédito ao consumo que se destina à aquisição dos mais variadíssimos bens, sendo eles essenciais ou não. De acordo com a mesma fonte podemos denominar de endividamento global, quando se trata da junção de vários tipos de crédito, pelo que se pretende perceber de que forma o endividamento se torna em sobreendividamento e conseqüentemente insolvência das famílias, e qual a responsabilidade que as instituições financeiras têm no excessivo endividamento destas.

1.3 Objetivo da Investigação

O principal objetivo desta investigação, consiste em compreender quais os principais fatores que originam o endividamento das famílias, quais os tipos de crédito que o compõem, qual o seu peso no orçamento das famílias e qual a responsabilidade que as instituições financeiras têm perante uma situação de sobreendividamento.

Pretende-se elucidar as famílias relativamente ao excessivo endividamento, mas também, sensibilizar as instituições financeiras para a situação de crédito mal parado no país, originado pela incapacidade de as famílias cumprirem com os vários créditos que possuem.

1.4 Metodologia adotada

O método adotado na elaboração desta pesquisa consistiu numa primeira fase na recolha de bibliografia relacionada com o tema em documentos científicos, artigos, obras literárias, notícias de jornais atuais e de anos anteriores, relacionadas com a concessão de crédito e com o endividamento dos particulares e também propostas atuais dos deputados da Assembleia da República. Numa fase posterior foi efetuada uma análise quantitativa com recurso a dados estatísticos do Banco de Portugal e do Instituto Nacional de Estatística.

Um dos objetivos na elaboração desta dissertação foi a escolha de um tema da atualidade, o qual se traduz numa preocupação constante das famílias.

No que diz respeito ao conteúdo, este trabalho encontra-se dividido em sete capítulos, sendo a sua composição a seguinte:

- Introdução: onde é efetuada a identificação do problema em estudo, endividamento e quais as suas causas e a responsabilidade que as instituições financeiras têm na obtenção de crédito, apresentação do objeto e objetivo da investigação;
- Capítulo I – Instituições financeiras: sua caracterização, identificação e funções dos principais tipos de instituições financeiras. Identificação da legislação aplicável na concessão de crédito bem como o respetivo órgão regulador;
- Capítulo II – Caracterização dos consumidores: identificação do perfil dos consumidores e caracterização dos diversos fatores que fomentam o consumo;
- Capítulo III – Endividamento dos consumidores: este capítulo enumera os diferentes tipos de crédito e identifica as principais causas de incumprimento e endividamento;
- Capítulo IV – Responsabilidade das instituições financeiras no endividamento das famílias: este ponto da dissertação foca-se na oferta de crédito através de campanhas de marketing utilizadas, facilidades na concessão de crédito e o impacto que as oscilações das taxas de juro têm no incumprimento;
- Capítulo V – Prevenção do endividamento excessivo e incumprimento: neste capítulo pretende-se sensibilizar o consumidor para os perigos do endividamento

excessivo através da literacia financeira, sensibilização para a poupança e renegociação das condições do crédito em curso;

- Conclusão: como último ponto da dissertação, pretende-se analisar as conclusões tiradas deste estudo, bem como apresentar alternativas ao excessivo endividamento das famílias e identificar limites para as taxas de esforço fator que deverá ser dado a conhecer às famílias.

2. Instituições de Crédito

2.1 Evolução histórica do sistema bancário português

Este capítulo tem como finalidade fazer um enquadramento teórico geral, da caracterização das instituições financeiras e suas principais funções. Este enquadramento tem por base uma breve caracterização histórica do sistema bancário português e sua evolução ao longo dos anos, com recurso aos dados disponibilizados pelo sítio do Banco de Portugal. Começando por uma breve caracterização do sistema financeiro, que de acordo com o artº. 101º da Constituição da República Portuguesa de 2 de Abril de 1976, «é estruturado por lei, de modo a garantir a formação, a captação e a segurança das poupanças, bem como a aplicação dos meios financeiros necessários ao desenvolvimento económico e social.».

A partir dos finais do séc. XVIII são vários os projetos apresentados para a criação de um banco, no entanto, só a partir de 1821 e perante a situação grave que o país atravessava, bem como a crescente emissão de papel-moeda foi aprovado, em 29 de Dezembro o Decreto que cria o banco de Lisboa. Entre 1834 e 1844 são criadas várias companhias financeiras, entre elas a Companhia Nacional destinada a fazer empréstimos ao Governo. Já em 1846, e devido à crise que se instalou, levou à integração das duas instituições, passando o Banco de Lisboa a denominar-se de Banco de Portugal.

Criado em 19 de Novembro de 1846, o Banco de Portugal começou a funcionar apenas a 2 de Dezembro desse mesmo ano. Mantinha os mesmos privilégios atribuídos ao Banco de Lisboa, inclusive o privilégio de emissão de notas, partilhando-o com outras instituições até 1887.

Após 1887, assume também funções de banqueiro do Estado e Caixa Geral do Tesouro, impondo-se-lhe a obrigatoriedade de instituir agências em todas as capitais de distrito. Era liderado por um Governador, nomeado pelo Estado, que nomeava também um secretário-geral com funções fiscalizadoras.

Na sequência do Decreto de 9 de Julho de 1931, que cria as bases de um novo sistema monetário, é celebrado novo contrato com o Banco, o qual é incumbido de assegurar a estabilidade do valor da moeda e regular a circulação monetária e a distribuição do crédito. Com a II Guerra Mundial, o Banco de Portugal ao mesmo tempo que intervinha como agente do Estado na execução de diversos acordos

bilaterais de pagamentos, assumia as funções de caixa central de reservas de ouro e divisas.

O Decreto de 22 de Novembro de 1960, aprova as alterações dos Estatutos do Banco identifica, claramente, o Banco de Portugal como banco central. Por força do Decreto de 29 de Junho de 1962, o Banco obriga-se a exercer as funções de banco emissor, central e de reserva e, simultaneamente, as de caixa geral do tesouro. Continua a exercer as funções de banqueiro do Estado e, sob orientação do Ministério das Finanças, promove a coordenação da circulação monetária com as necessidades da atividade económica, regula o funcionamento do mercado monetário, assegura as liquidações das operações cambiais requeridas pela economia nacional e atua como prestamista do sistema bancário.

Na sequência da revolução do 25 de Abril, o Banco é nacionalizado em Setembro de 1974, e passa a constituir uma pessoa coletiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira. Abandona as funções comerciais que detinha, o que conduz à extinção de diversas agências existentes em vários concelhos.

De acordo com a Lei Orgânica de Novembro de 1975, o Banco de Portugal é o banco central da República Portuguesa, competindo-lhe desempenhar as funções de banqueiro do Estado, consultor do Governo no domínio financeiro, orientador e controlador da política monetária e financeira, gestor das disponibilidades externas do país e intermediário das relações monetárias internacionais. Continua a deter o exclusivo da emissão de notas e assume as funções de supervisão do sistema bancário.

Com a adesão de Portugal à Comunidade Europeia, o Banco assume importantes responsabilidades nas áreas de controlo monetário e do crédito e na organização e regulamentação dos mercados monetários.

Em 1995, a estabilidade dos preços surge como a principal missão do Banco e é alargada a sua autonomia na condução da política monetária e aumentam as suas atribuições no domínio dos sistemas de pagamentos.

Em 1998, tendo em vista a participação de Portugal na terceira fase da União Económica e Monetária (UEM) são introduzidas alterações na Lei Orgânica do Banco, aprovadas pela Lei 5/98 de 31 de Janeiro, que reforçam ainda mais a sua autonomia e preparam a sua integração no Sistema Europeu dos Bancos Centrais (SEBC).

A 1 de Junho de 1998, o Banco de Portugal passa a fazer parte integrante do SEBC e em 1 de Janeiro de 1999 dá-se início à terceira fase da UEM, com uma política monetária única determinada pelo BCE e com uma moeda única – o Euro.

Atualmente, enquanto banco central da República Portuguesa e parte integrante do Eurosistema e do SEBC, tem como missão primordial contribuir para a estabilidade de preços, através da execução descentralizada da política monetária, definida pelo Conselho do Banco Central Europeu (BCE), e garantir a estabilidade do sistema financeiro, em cooperação com as estruturas nacionais e internacionais que assumem responsabilidades neste domínio.

Presentemente, o sistema financeiro europeu é constituído por várias instituições e organismos criados e aos quais foram conferidos objetivos e atribuições específicas. São instituições que asseguram, sobretudo, a canalização da poupança para o investimento, entre outras funções.

O Sistema Europeu de Bancos Centrais (SEBC), foi criado a 1 de Julho de 1998 e é composto pelo Banco Central Europeu (BCE) e pelo conjunto dos 27 Bancos Centrais Nacionais (BCN) dos países participantes da União Europeia (UE).

2.2 Caracterização das instituições de crédito

O Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras (RGICSF), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 298/92, regula a atividade das instituições de crédito, de acordo com o seu art.º 2.º define instituições de crédito como sendo «empresas cuja atividade consiste em receber do público depósitos ou outros fundos reembolsáveis, a fim de os aplicarem por contra própria mediante a concessão de crédito.»

A gestão de fundos provenientes dos depósitos efetuados pelos clientes, sejam eles particulares ou empresas, tem um grande contributo no desenvolvimento do país. Através de uma boa gestão desses fundos, efetuada pelos bancos, os mesmos podem ser transformados em créditos concedidos, aos quais é aplicada a respetiva taxa de juro, o que origina receitas para a instituição financeira, no entanto esta tarefa torna-se um pouco complexa se não forem cumpridos os requisitos impostos pelo RGICSF em coordenação com as diretivas do Banco de Portugal no âmbito do seu papel de órgão supervisor (Banco de Portugal). As empresas que tenham como atividade a emissão de meios de pagamento sob forma de moeda eletrónica, também são consideradas instituições de crédito devendo as mesmas reger-se pelo DL 298/92. Os bancos são considerados o grande grupo que constitui as instituições financeiras. Estas empresas deverão contribuir para o desenvolvimento económico e social do País, através do incentivo à poupança (Caiado, 2006).

De acordo com o art.º 3.º do RGICSF são consideradas instituições de crédito:

- os bancos;
- a Caixa Geral de Depósitos, Crédito e Previdência;
- as caixas económicas;
- as sociedades de investimento;
- as sociedades de locação financeira;
- as sociedades de *factoring*;
- as sociedades financeiras para aquisição de crédito;
- outras empresas que, correspondendo à definição do artigo anterior, como tal sejam qualificadas pela lei.

2.2.1 Dados estatísticos das instituições financeiras

As estatísticas do Banco de Portugal dão-nos a informação das instituições financeiras monetárias existentes na zona Euro num determinado horizonte temporal, desta forma podemos analisar os quantitativos de instituições financeiras monetárias existentes na zona Euro em março de 2012.

Quadro 2.1 Instituições Financeiras Monetárias na Zona Euro

	Bancos Centrais	Instituições de Crédito	Fundos de Mercado Monetários	Outras Instituições	Total Instituições Financeiras Monetárias	% Total Instituições Financeiras Monetárias
BCE	1	1	0	0	0	0,00%
Alemanha	1	1893	49	4	1947	26,66%
Áustria	1	765	16	0	782	10,71%
Bélgica	1	108	13	0	122	1,67%
Chipre	1	141	0	1	143	1,96%
Eslováquia	1	30	2	0	33	0,45%
Eslovénia	1	25	3	0	29	0,40%
Espanha	1	334	73	1	409	5,60%
Estónia	1	17	0	19	37	0,51%
Finlândia	1	323	11	0	335	4,59%
França	1	656	459	0	1116	15,28%
Grécia	1	54	20	0	75	1,03%
Holanda	1	284	7	2	294	4,03%
Irlanda	1	479	109	0	589	8,07%
Itália	1	740	14	3	758	10,38%
Luxemburgo	1	142	298	1	442	6,05%
Malta	1	26	6	0	33	0,45%
Portugal	1	155	3	0	159	2,18%
Área do Euro (total)	18	6173	1083	31	7303	100,00%

Fonte: adaptado de estatísticas *online* do Banco de Portugal (02-04-2012)

[http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/\(S\(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055\)\)/Default.aspx](http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/(S(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055))/Default.aspx)

Como podemos observar no Quadro 2.1 de um total de 7303 instituições financeiras monetárias existentes na zona Euro, 159 encontram-se localizadas em território nacional, correspondendo a 2,18% da totalidade. Para que possamos ter uma noção mais objetiva do número de instituições financeiras monetárias situadas em território nacional, recorreremos às estatísticas do Banco de Portugal para percebermos qual a evolução das IFM em Portugal ao longo dos últimos 11 anos e quais as oscilações que ocorreram como podemos analisar no Quadro 2.2.

Quadro 2.2 Instituições de crédito em Portugal face à zona Euro

	Portugal	Zona Euro	%
Dez-00	218	7521	2,90%
Dez-01	212	7218	2,94%
Dez-02	202	6906	2,92%
Dez-03	200	6593	3,03%
Dez-04	197	6406	3,08%
Dez-05	186	6248	2,98%
Dez-06	178	6130	2,90%
Dez-07	175	6127	2,86%
Dez-08	175	6570	2,66%
Dez-09	166	6458	2,57%
Dez-10	160	6334	2,53%
Dez-11	155	6210	2,50%

Fonte: adaptado de estatísticas *online* do Banco de Portugal (02-04-2012)
[http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/\(S\(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055\)\)/Default.aspx](http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/(S(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055))/Default.aspx)

Ao observarmos a representação gráfica da variação do número de instituições de crédito ao longo dos últimos 11 anos, Figura 1.1, delimitando o período de tempo de Dezembro de 2000 a Dezembro de 2011, podemos observar que o número de instituições de crédito tem vindo a decrescer.

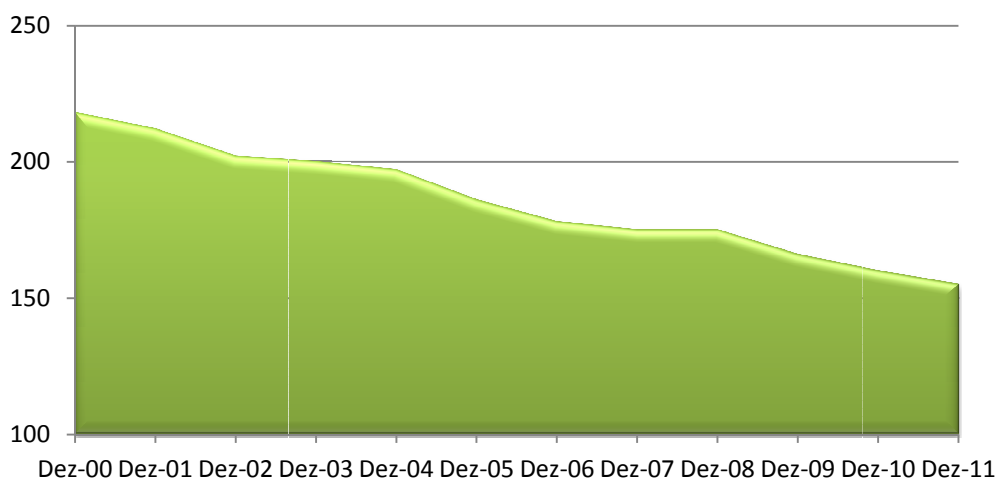


Figura 2.1 Evolução das instituições de crédito em Portugal
[http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/\(S\(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055\)\)/Default.aspx](http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/(S(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055))/Default.aspx)

Um dos principais fatores para tal decréscimo encontra-se diretamente relacionado com a fusão de instituições de crédito que se tem verificado ao longo dos últimos anos. A fusão e cisão de instituições de crédito são processos que se encontram regulamentados através do artº 35º do RGICSF, autorizados previamente pelo Banco de Portugal. Carbó Valverde e Humphrey (2004) defendem que as fusões devem reduzir os custos suportados pelos bancos, fomentar a maximização dos recursos

disponíveis bem como aumentar a rendibilidade dos ativos. De acordo com dados obtidos no sítio do Banco de Portugal podemos observar, que de 01 de Janeiro de 2005 até 31 de Dezembro de 2011, foram autorizados 52 processos de fusão / cisão de instituições de crédito.

De acordo com o Relatório de Estabilidade Financeira de Maio de 2011, do BdP, o processo de fusões entre instituições financeiras, que teve início em Portugal no ano 2000, teve um impacto significativo nas instituições financeiras envolvidas. Entre estes processos de fusão e aquisição estiveram envolvidos quatro dos sete maiores grupos bancários no mercado. O Banco Comercial Português (BCP) adquiriu o Banco Pinto e Sotto Mayor (BPSM), em simultâneo o Banco Totta e Sotto Mayor Inv (BTSM Inv) foi adquirido pela Caixa Geral de Depósitos (CGD), enquanto o Crédito Predial Português (CPP) foi adquirido pelo Banco Totta e Açores (BTA). No final deste mesmo ano o grupo bancário espanhol Santander adquiriu o BTA. As fusões e aquisições ocorridas originaram uma alteração significativa no sistema bancário português, tiveram um impacto expressivo na concessão de crédito, sobretudo no crédito concedido a empresas. No que respeita à concessão de crédito a particulares, ocorreram algumas restrições, mas ainda assim, foram registadas taxas de crescimento bastante significativas durante este período. A concentração de capital das instituições financeiras levou a uma redução nas taxas de juro, o que veio a beneficiar os clientes bancários.

2.3 As funções das instituições financeiras

Os bancos podem praticar as seguintes operações, de acordo com o artº. 4º do RGICSF:

- a) recepção de depósitos e outros fundos reembolsáveis;
- b) operações de crédito, incluindo concessão de garantias e outros compromissos, locação financeira e *factoring*;
- c) operações de pagamento;
- d) emissão e gestão de meios de pagamento, tais como cartões de crédito, cheques de viagem e cartas de crédito;
- e) transacções, por conta própria ou da clientela sobre instrumentos do mercado monetário e cambial, instrumentos financeiros a prazo e opções e operações sobre divisas ou sobre taxas de juro e valores mobiliários;
- f) participação em emissões e colocação de valores mobiliários e prestação de serviços correlativos;
- g) actuação nos mercados interbancários;

- h) consultoria, guarda, administração e gestão de carteiras de valores mobiliários;
- i) gestão e consultoria em gestão de outros patrimónios;
- j) consultoria das empresas em matéria de estrutura de capital, de estratégia empresarial e de questões conexas, bem como consultoria e serviços no domínio da fusão e compra de empresas;
- l) operações sobre pedras e metais preciosos;
- m) tomada de participações no capital de sociedades;
- n) comercialização de contratos de seguro;
- o) prestação de informações comerciais;
- p) aluguer de cofres e guarda de valores;
- q) outras operações análogas e que a lei lhes não proíba.

Relativamente às atividades praticadas pelas instituições de crédito, vamos dar especial ênfase à receção de depósitos e outras operações de crédito, nomeadamente concessão de crédito à habitação, crédito ao consumo e outros tipos de crédito. De extrema importância também uma abordagem à emissão e gestão de meios de pagamento, dando especial atenção à emissão e atribuição de cartões de crédito bem como os respetivos *plafonds* concedidos.

No exercício das funções das instituições de crédito, neste caso, dos bancos, podemos identificar com principal, a concessão de crédito, sendo esta a principal fonte de rendimento das instituições bancárias.

2.4 Contratos de crédito aos consumidores – Legislação

2.4.1 Regulamentação dos contratos de crédito

No desenvolvimento desta dissertação vai ser dada ênfase à concessão de crédito habitação e crédito ao consumo a particulares, bem como qual o impacto que este tipo de créditos tem no endividamento das famílias portuguesas.

2.4.1.1 Crédito Habitação

Com a finalidade de prestarmos um melhor esclarecimento aos clientes particulares, aquando da necessidade de recurso ao crédito habitação, consideramos útil a compilação de diversa legislação e normas através das quais este tipo de crédito se encontra regulamentado. A agregação de todas as normas, permite aos utilizadores desta dissertação, uma pesquisa e um esclarecimento muito mais objetivo. Por ordem cronológica e com recurso ao portal do cliente bancário do BdP passamos a enumerar

a legislação, indicando os objetivos de cada Decreto-Lei (DL), bem como dos avisos, das instruções e cartas-circular do BdP:

- Decreto-Lei nº. 220/94, de 23 de Agosto – estabelece a informação a ser prestada pelas instituições de crédito no que diz respeito a taxas de juro e custos das operações de crédito, de forma a permitir a comparação e uniformização do mercado de crédito;
- Decreto-Lei nº. 349/98, de 11 de Novembro – regula a concessão de crédito destinado à aquisição, construção e obras de beneficiação na habitação, no entanto este diploma tem sofrido algumas alterações identificadas mais à frente;
- Instrução nº. 27/2003, alterada pela Instrução nº. 18/2006 do BdP – de acordo com a recomendação da comissão nº. 2001/193/CE determina quais os elementos que devem constar da ficha de informação normalizada (FIN) bem como as despesas inerentes à abertura de conta e sua manutenção durante a vida útil do empréstimo;
- Decreto-Lei nº. 240/2006, de 22 de Dezembro – tem como objetivo uniformizar a obrigatoriedade de arredondamento à milésima da taxa de juro aplicada aos contratos de crédito para aquisição, construção e obras de beneficiação da habitação;
- Instrução nº. 18/2006 do BdP anteriormente identificada na alteração da Instrução nº. 27/2003;
- Decreto-Lei nº. 51/2007, de 7 de Março – alterado pelo DL nº. 88/2008 de 29 de maio e pelo DL nº. 192/2009 de 17 de agosto, que regulam as práticas comerciais das instituições de crédito e a transparência da informação relativa a contratos de crédito à habitação;
- Carta-circular nº. 41/2007/DSB, de 23 de Maio e Carta-circular nº. 93/2007/DSB, de 31 de Outubro – esclarecimento do BdP relativamente ao artº. 8º débito de encargos adicionais do DL nº. 51/2007, no que respeita a despesas e comissões cobradas pelo reembolso antecipado ou transferência do crédito habitação para outras instituições de crédito;
- Carta-circular nº. 1/2008/DSB, de 9 de Janeiro - esclarecimento por parte do BdP relativamente às dúvidas existentes na interpretação do artº. 3º do DL nº. 240/2006 de 22 de Dezembro, face ao arredondamento das taxas de juro aplicáveis ao crédito à habitação;
- Decreto-Lei nº. 88/2008, de 29 de Maio – altera o DL nº. 51/2007 no âmbito da uniformização do cálculo de juros e estabelece a base de 360 dias para o cálculo de juros, detalhe que era omissivo;

- Decreto-Lei nº. 171/2008, de 26 de Agosto – tem como objetivo impor limites nas barreiras existentes à mobilidade do crédito hipotecário, relativamente a renegociação e transferências de crédito habitação para outras instituições bancárias;
- Carta-circular nº. 61/2008/DSB, de 30 de Setembro – esclarecimento ao nº. 1 do artº. 3º do DL 171/2008 que proíbe a cobrança de quaisquer comissões pela revisão das condições do contrato de crédito;
- Carta-circular nº. 19/2009/DSB – o BdP esclarece o disposto no nº. 2 do artº. 5º do DL 51/2007, relativamente à proibição de cobrança de juros por reembolso antecipado do crédito;
- Decreto – Lei nº. 103/2009, de 12 de Maio – define a existência de uma linha de crédito extraordinária que considera o crédito para habitação própria permanente, nos casos em que pelo menos um dos mutuários se encontre em situação de desemprego há pelo menos três meses. Esta linha de crédito extraordinária pode ser extensível pelo prazo máximo de vinte e quatro meses, sendo o encargo mensal com o reembolso do crédito habitação e respetivo encargo com juros reduzidos em 50%. A liquidação deste crédito concedido pelo Estado, é suavizado pelo período de vida útil do empréstimo, podendo ser prolongado por mais dois anos para além do prazo inicialmente acordado;
- Decreto-Lei nº. 192/2009, de 17 de Agosto – altera o DL nº. 51/2007, de 7 de Março, e regula as práticas de transparência na concessão, não são ao crédito habitação, mas também aos denominados de créditos “multi-funções” ou “multi-usos” os quais têm como garantia a hipoteca, total ou parcial, do imóvel, que simultaneamente funciona como garantia do crédito habitação;
- Aviso nº. 8/2009, de 12 de Outubro – define a obrigatoriedade, por parte das instituições de crédito, na divulgação de todas as comissões, taxas de juros e outras despesas cobradas associadas aos produtos e serviços financeiros, através da divulgação do preçário para conhecimento de todos os clientes, devendo o mesmo encontrar-se afixado em local visível, bem como o seu fácil acesso através da consulta da página da *internet*;
- Aviso nº. 2/2010, de 16 de Abril - estabelece todos os deveres inerentes à informação que deve ser prestada por parte das instituições de crédito no âmbito dos contratos de crédito à habitação;
- Instrução nº. 10/2010, de 16 de Abril – regula o dever de informação a prestar aos clientes bancários aquando da negociação do contrato de crédito à habitação e crédito conexo;

- Carta-circular nº. 33/2010/DSB - no entender do BdP e no cumprimento do dever de transparência e informação o cliente bancário deverá ter conhecimento do relatório de avaliação do imóvel que serve de hipoteca ao crédito bancário.

As instituições de crédito têm como dever prestar toda a informação necessária sobre os créditos a conceder aos seus clientes. O BdP através da publicação do Aviso nº. 2/2010, com a entrada em 01 de novembro de 2010, implementa novas regras que devem ser tidas em consideração por parte das instituições de crédito. As normas estipuladas neste aviso incidem sobre a informação que deve ser prestada pelas instituições de crédito aos clientes, desde que é efetuada a oferta do crédito no mercado, negociação do contrato de crédito, divulgação das cláusulas a constatar do contrato, bem como a informação prestada ao cliente durante a vida do empréstimo.

Compete à instituição de crédito facultar de forma clara, exata e legível, previamente à celebração do contrato, um conjunto de informações sobre o crédito a contrair. Devem ser identificadas todas as características do produto proposto, bem como todos os compromissos que deverão ser assumidos por parte do cliente, de modo a que este possa analisar todas as condições do contrato face à sua situação financeira. Para que estes requisitos sejam cumpridos, o BdP através da Instrução nº. 10/2010, implementa a obrigatoriedade de prestar informação aos seus clientes através da apresentação da Ficha de Informação Normalizada de Crédito à Habitação e de Crédito Conexo (FIN) (anexo I), que se encontra dividida em três partes:

- Parte I Condições Financeiras do Crédito [à Habitação / Conexo], onde devem constar os seguintes elementos:
 - i) montante do empréstimo;
 - ii) prazo de liquidação;
 - iii) modalidade de reembolso;
 - iv) tipo de garantias exigidas;
 - v) condições de reembolso antecipado;
 - vi) caracterização de custos com taxas de juro;
 - vii) comissões aplicáveis;
 - viii) campanhas promocionais quando aplicáveis;
 - ix) seguros exigidos.
- Parte II Planos Financeiros, na qual são apresentados os planos financeiros do empréstimo com o impacto da variação de um ou dois pontos percentuais como forma de alertar o cliente para uma eventual subida da taxa de juro. No caso de empréstimos

contratados com aplicação de taxa de juro variável indexada à Euribor¹, o cliente deverá estar ciente dos vários cenários que podem ocorrer com a subida da taxa de juro, precavendo-se em termos financeiros e analisando a sua solvabilidade face às suas responsabilidades.

- Parte III Informação Geral, contempla uma informação genérica relativamente às diversas modalidades de crédito à habitação, praticados pela respetiva instituição de crédito.

A FIN é apresentada, por parte das instituições de crédito, aos seus clientes. Esta informação deve ser apresentada no momento da simulação das condições do empréstimo e no momento da aprovação do mesmo, de acordo com o artº 4º do Aviso nº. 2/2010 do BdP. A FIN deve conter as condições praticadas pela instituição de crédito em função da informação prestada pelo cliente no momento da simulação do crédito, num formato único e normalizado, permitindo ao cliente uma melhor comparabilidade entre a informação disponibilizada pelas diversas instituições de crédito às quais recorreu.

O novo modelo da FIN deve ser adotado por todas as instituições de crédito, pois representa uma alteração significativa face às exigências estabelecidas na Instrução nº. 27/2003. Aquando da aprovação do empréstimo, a FIN deve ser atualizada de acordo com as condições contratualizadas para a concessão do crédito e válida durante o período de tempo fixado pela instituição.

As instituições de crédito, devem disponibilizar também, juntamente com a FIN a minuta do contrato, artº 5º do mesmo aviso, com a indicação de todas as condições acordadas. Devem também ser identificadas as garantias exigidas, comissões aplicadas e todos os encargos devidos no caso de incumprimento do contrato, para que o cliente tenha conhecimento prévio do compromisso financeiro que se compromete assumir. De acordo com o artº 7º, passa a ser obrigatório o envio de extrato mensal que permita ao cliente, acompanhar a evolução do seu empréstimo e saber quais as alterações a que o mesmo está sujeito relativamente aos encargos associados e variações de taxas de juro originadas pela revisão periódica do valor do indexante, que devem ser comunicadas com a antecedência mínima de 15 dias.

A harmonização efetuada pelo BdP, no que concerne à informação prestada pelas instituições de crédito quando abordadas por um cliente que tenha a necessidade de

¹ «Euro Interbank Offered Rate – A taxa Euribor é uma taxa de juro média, para cuja definição concorrem vários bancos, válida para depósitos entre eles e cotada com base na convenção de contagem de dias de Atual/360, isto é, para o cálculo dos juros dos depósitos considera-se o número real de dias decorridos, em proporção do ano de 360 dias. A Euribor pressupõe a mobilização dos fundos em depósito 2 dias úteis depois da sua contratação – data-valor – (T+2) e é arredondada até à 3ª casa decima» Banco de Portugal 2012

recorrer ao crédito habitação, prevê quatro fases no ciclo de vida de um empréstimo à habitação:

- 1) informação pré-contratual, fornecida com a simulação das condições do empréstimo – definida no artº. 4º do Aviso nº 2/2010;
- 2) minuta do contrato, facultada aquando da aprovação do crédito – artº. 5º;
- 3) celebração do contrato que deverá conter os seguintes elementos, descritos no artº 6º:
 - a) Montante do empréstimo;
 - b) Finalidade do empréstimo;
 - c) Regime de taxa de juro aplicável;
 - d) Indicação da TAN, suas componentes e forma de cálculo, incluindo a taxa de juro fixa, a taxa de juro fixa contratada, o *spread* base e o *spread* contratado, se aplicáveis;
 - e) Indicação da TAE;
 - f) Descrição das condições promocionais, se aplicáveis;
 - g) Indicação da TAER, se aplicável;
 - h) Identificação dos produtos e serviços financeiros adquiridos pelo cliente, de forma facultativa, em associação ao empréstimo, descrição dos efeitos dessa aquisição nos custos do empréstimo e explicitação das condições de manutenção e de eventual revisão desses efeitos, se aplicável;
 - i) Outras situações susceptíveis de afectar o custo do empréstimo e explicitação das respectivas condições de aplicação, manutenção e possibilidade de revisão, se aplicável;
 - j) Condições de reembolso do empréstimo;
 - i) Modalidade de reembolso;
 - ii) Regime das prestações;
 - iii) Prazo do empréstimo;
 - iv) Número de periodicidade das prestações;
 - v) Montante das prestações a vigorar até à primeira revisão da taxa de juro, sempre que determinável, e sem prejuízo de, no caso de contrato de crédito habitação enquadrado no regime de crédito bonificado, esse montante depender de posterior confirmação pela entidade competente; e
 - vi) Data de vencimento das prestações;
 - k) Identificação das garantias do empréstimo;
 - l) Identificação e quantificação das condições que, à data da celebração do contrato, são aplicáveis ao empréstimo e em que condições estas poderão ser revistas no futuro; e
 - m) Identificação dos encargos aplicáveis em caso de incumprimento, bem como das condições em que os mesmos poderão ser revistos no futuro.

- 4) disponibilização de extrato mensal, durante a vigência do contrato – artº 7º.

O objetivo da regulamentação é a proteção do cliente, elucidando-o para todos as responsabilidades inerentes ao crédito à habitação, assim o foco principal do DL 192/2009 prende-se com a transparência necessária na concessão e renegociação de todos os créditos que têm como garantia a hipoteca do imóvel.

2.4.1.2 Crédito ao Consumo

O crédito ao consumo tem bastante peso no endividamento das famílias, sendo este tipo de crédito o que entra em incumprimento com mais facilidade. Torna-se necessário esclarecer o cliente bancário da diversa legislação reguladora deste tipo de crédito:

- Decreto-Lei nº. 359/91, de 21 de setembro – revogado pelo DL nº. 133/2009, de 21 de Setembro regula os contratos de crédito ao consumo efetuado com base nas diretivas nºs 87/102/CEE, de 22 de dezembro de 1986 e 90/88/CEE, de 22 de fevereiro de 1990, que foram criadas com o intuito de uniformizar a legislação em vigor nos diversos Estados membros;
- Decreto-Lei nº. 171/2007, de 8 de maio – define as regras para o arredondamento das taxas de juro dos contratos de crédito;
- Aviso nº. 10/2008, de 22 de dezembro – estabelece o dever de transparência na publicidade dos produtos e serviços financeiros por parte das instituições de crédito;
- Decreto-Lei nº. 133/2009, de 2 de junho – este DL resultou da transposição da Directiva nº. 2008/48/CE, de 23 de Abril, do Parlamento Europeu e do Conselho, tem como finalidade a uniformização da forma de cálculo dos elementos incluídos na taxa anual de encargos efetiva global (TAEG) de forma a proteger os consumidores, definindo taxas máximas a aplicar nos contratos de crédito elaborados ao abrigo do presente DL. Para as instituições de crédito é importante a análise da capacidade de solvabilidade dos consumidores, bem como a prestação de todas as informações pré-contratuais;
- Instrução nº. 8/2009 – para cumprimento do disposto nos artºs. 6º e 8º do DL nº. 133/2009, o BdP define modelos, através dos quais é prestada ao cliente toda a informação pré-contratual, de acordo com as diferentes tipologias de créditos aos consumidores:
- Ficha de Informação Normalizada em matéria de crédito aos consumidores – Geral (anexo I);

- Ficha de Informação Normalizada em matéria de crédito aos consumidores em caso de contratação à distância – Geral (anexo I);
- Ficha de Informação Normalizada em matéria de crédito aos consumidores sob a forma de facilidade de descoberto e noutros contratos de crédito especiais (anexo I);
- Ficha de Informação Normalizada em matéria de crédito aos consumidores sob a forma de facilidade de descoberto e noutros contratos de crédito especiais, em caso de contratação à distância (anexo I);

2.5 Supervisão efetuada pelo Banco de Portugal

A atividade bancária e financeira portuguesa, sofreu grandes alterações na segunda metade do século XX, tudo devido sobretudo, às mudanças ocorridas após a Revolução de Abril e a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia em 1 de Janeiro de 1986.

A supervisão do sistema financeiro português, de acordo com o publicado no Decreto-Lei nº. 298/92 de 31 de Dezembro, encontra-se repartida entre o Banco de Portugal, a Comissão de Mercados e Valores Mobiliários e o Instituto de Seguros de Portugal. O Banco de Portugal tem a responsabilidade pela supervisão das instituições de crédito e sociedades financeiras, tendo por objetivo assegurar a estabilidade e a solidez do sistema financeiro, bem como a sua eficiência, de forma a garantir a segurança dos depósitos e a proteção dos investidores. Compete-lhe, no mesmo âmbito, acompanhar as atividades das instituições com o intuito de assegurar que são cumpridas as normas prudenciais por ele definidas, podendo mesmo aplicar sanções no caso de infrações.

No âmbito do desempenho das suas funções de órgão regulador das instituições de crédito, compete ao Banco de Portugal supervisionar a atividade destas instituições. Desta forma, compete ao Banco de Portugal supervisionar as instituições de crédito podendo aplicar medidas sancionatórias em caso de infração (Caiado, 2006).

Ao aplicar as normas de supervisão, adiante identificadas, o Banco de Portugal poderá ainda recorrer à colaboração das autoridades policiais.

2.5.1 Normas de supervisão

As normas de supervisão aplicadas pelo Banco de Portugal são imprescindíveis para o bom funcionamento das instituições de crédito, sendo elas:

- gestão sã e prudente e dever de acionista – a atividade desempenhada por uma instituição de crédito tem que respeitar as regras de uma gestão sã e prudente, se tal não acontecer, deve o Banco de Portugal notificar essa mesma instituição para que a mesma, reforce o equilíbrio financeiro, no período de tempo que lhe for estipulado, em caso de dificuldade na gestão do equilíbrio financeiro o BdP pode promover a intervenção dos acionistas no sentido de prestarem apoio financeiro;
- deveres de informação – mediante solicitação do BdP, as instituições de crédito têm o dever de apresentar informação relativamente:
 - ao grau de liquidez e solvabilidade bem como os riscos em que incorrem,
 - cumprimento das normas aplicáveis em vigor;
 - organização administrativa e métodos de controlo interno;
 - processos de segurança e controlo do sector informático;
 - cumprimento dos requisitos para as instituições de crédito com sede em Portugal;
 - relatórios de trabalho no que concerne a supervisão prudencial;
- revisores oficiais de contas e auditores externo – no caso de deteção de alguma infração no decorrer do exercício das suas funções, constitui dever destes órgãos comunicar ao BdP para que este possa interceder junto das instituições de crédito e tomar as providências necessárias para que seja solucionada tal infração;
- instituições de crédito autorizadas na União Europeia – não estão sujeitas à supervisão prudencial do BdP as instituições de crédito que têm sucursais em Portugal, desde que se encontrem reguladas pelo Estado membro no qual estão sediadas, nestes casos, a intervenção do BdP relaciona-se apenas com liquidez e questões relacionadas com a política monetária, financeira e cambial;
- inspeção pelas autoridades do país de origem – as inspeções efetuadas as sucursais existentes no território português, podem ser efetuadas pelas autoridades do país de origem mediante comunicação ao BdP, ou podem ser efetuadas pelo BdP mediante solicitação do respetivo Estado membro;
- escritórios de representação – a supervisão de escritórios de instituições de crédito com sede fora de Portugal, é efetuada pelo BdP podendo o mesmo exigir a consulta dos registos contabilísticos destes escritórios;
- supervisão em base consolidada – a supervisão em base consolidada é efetuada a instituições de crédito com sede em Portugal que tenham uma ou mais filiais;
- colaboração entre autoridades de supervisão – para uma supervisão em base consolidada o BdP pode apelar à colaboração das autoridades de supervisão de outros Estados membros, para que lhes facultem dados essenciais ao desempenho

das suas funções de supervisor, esta relação será recíproca tendo o BdP o dever de facultar toda a informação que seja necessária às autoridades dos respetivos Estados membros (Caiado, 2006).

No que respeita a normas prudenciais, Caiado (2006: 58) entende que «as instituições de crédito devem aplicar os fundos de que dispõem de modo a assegurar a todo o tempo níveis adequados de liquidez e solvabilidade», quer com isto dizer que as instituições de crédito devem ter a capacidade de liquidar, de forma equilibrada, e sem por em causa a estabilidade da instituição de crédito, os depósitos solicitados por parte dos seus clientes.

O cliente bancário particular ou coletivo, tem o direito de reclamar sempre que entender que a instituição de crédito não agiu de forma adequada, no decurso de um contrato ou aquando da aquisição de um serviço bancário. Este tipo de reclamação poderá ter a intervenção do BdP, no âmbito da supervisão comportamental efetuada. Esta reclamação pode ser efetuada pelo cliente diretamente nos balcões das instituições de crédito, mediante o preenchimento das folhas do livro de reclamações que todas as instituições de crédito são obrigadas a disponibilizar. A obrigatoriedade de disponibilização de livros de reclamações, encontra-se regulamentada no Decreto-Lei nº. 156/2005, de 15 de setembro, revisto pelo Decreto-Lei nº. 371/2007, de 6 de novembro, devendo a reclamação ser feita de forma clara, legível e completa. As reclamações sobre serviços bancários devem conter a identificação completa da instituição de crédito e respetiva localização, o nome do cliente bancário, respetiva identificação e morada, bem como o motivo da reclamação. A reclamação da instituição de crédito pode, também, ser efetuada no sítio do BdP, no portal do cliente bancário, que avalia o conteúdo da reclamação no âmbito das suas atribuições legais.

Tendo por base o Relatório de Supervisão Comportamental do Banco de Portugal, do 1º semestre do ano de 2011, durante este período foram apresentadas 7420 reclamações ao BdP, numa média mensal de 1237 reclamações, Quadro 2.3.

Quadro 2.3. Reclamações dos clientes ao Banco de Portugal

	Reclamações no Livro de Reclamações	Reclamações diretamente no Banco de Portugal	Total
Janeiro	693	566	1259
Fevereiro	607	521	1128
Março	790	642	1432
Abril	652	561	1213
Maio	675	604	1279
Junho	670	580	1250
1º Semestre de 2010	4087	3474	7561
Julho	740	568	1308
Agosto	680	682	1362
Setembro	637	634	1271
Outubro	584	587	1171
Novembro	637	548	1185
Dezembro	694	541	1235
2º Semestre de 2010	3972	3560	7532
Ano 2010	8059	7034	15093
Janeiro	693	612	1305
Fevereiro	628	655	1283
Março	713	624	1337
Abril	574	481	1055
Maio	696	607	1303
Junho	608	529	1137
1º Semestre de 2011	3912	3508	7420

Fonte: adaptado de Banco de Portugal 2011 (06-04-2012)

Ao fazermos uma análise comparativa das reclamações apresentadas ao BdP relativamente às instituições de crédito, de acordo com os dados disponibilizados na Síntese Intercalar de Actividades de Supervisão Comportamental (2011), podemos concluir que no 1º semestre de 2011 houve um decréscimo de reclamações, correspondente a 141 processos a menos, o que representa aproximadamente 2%. Debruçando-nos sobre os resultados obtidos no 1º semestre dos anos 2010 e 2011, verificamos que durante o 1º semestre de 2011, o número de reclamações efetuadas diretamente nas folhas dos livros de reclamações teve uma redução de 175 reclamações, face ao 1º semestre do ano de 2010, já as reclamações apresentadas

diretamente no BdP tiveram um aumento de 34 reclamações face ao 1º semestre do ano de 2010.

Grande parte das reclamações efetuadas, relacionam-se com as contas de depósitos, com créditos ao consumo e outros créditos, seguidos das reclamações relacionadas com o crédito habitação. Segue em anexo agregação das reclamações efetuadas ao BdP por tipologia, Quadro 2.4.

Quadro 2.4. Reclamações efetuadas ao Banco de Portugal por tipo

Matéria Reclamada	Número de Reclamações	Distribuição percentual
	1º Semestre 2011	1º Semestre 2011
Contas de Depósito	2101	28,32%
Crédito aos consumidores e outros créditos	1912	25,77%
Crédito à habitação	1095	14,76%
Cheques	681	9,18%
Cartões	586	7,90%
Transferências	303	4,08%
Operações com numerário	158	2,13%
Máquinas ATM	118	1,59%
Débitos diretos	68	0,92%
Restantes matérias no âmbito de atuação do BdP	398	5,36%
Total	7420	100,00%

Fonte: adaptado de Banco de Portugal 2011 (06-04-2012)

A intervenção do BdP na análise das reclamações efetuadas pelos clientes pode levar a duas conclusões:

- a instituição de crédito não tem qualquer responsabilidade para com o cliente, não estando a cometer nenhuma infração;
- a instituição de crédito reconhece as suas obrigação e age por iniciativa própria, de forma a solucionar a questão sem ser necessária a intervenção do BdP;
- a instituição de crédito não age de forma voluntária, sendo necessária a intervenção do BdP para a resolução da questão, casos em que são necessárias advertências do BdP, ou até mesmo em casos extremos, instauração de processos de contra-ordenação.

A intervenção do BdP, no âmbito da supervisão bancária, tem como objetivo defender e proteger os interesses dos clientes bancários, defendendo a confiança e a estabilidade do sistema financeiro português.

3. Caracterização dos consumidores de crédito

3.1 Perfil do consumidor

Para analisarmos a importância do endividamento das famílias portuguesas é necessário identificar o perfil de quem recorre ao crédito, seja ao consumo ou destinado à aquisição de habitação. Para melhor identificarmos o perfil do consumidor, foi usado um estudo sobre o comportamento financeiro das famílias portuguesas, efetuado pela Marktest – BASEF Banca. Este estudo foi realizado com base na informação recolhida junto de indivíduos com mais de 15 anos de idade, residentes em Portugal Continental. De acordo com os dados obtidos nos Censos 2011, a população em Portugal, com referência a março de 2011, é de 10 561 614 habitantes, no entanto a amostra utilizada no estudo da BASEF Banca é composta por 12000 entrevistas anuais. Os dados obtidos para o período compreendido entre janeiro e outubro de 2011, indicam que 2,350 milhões de portugueses têm um crédito bancário a decorrer. No que concerne ao género, 58,1% das pessoas que recorrem ao crédito, são homens com idade compreendida entre 35 e 44 anos, residentes no litoral centro, pertencentes à classe média e alta e dos quadros médios e superiores.

É crucial identificar o perfil do consumidor, que tipo de motivações são tidas em consideração no momento de decidir recorrer, ou não, ao crédito e quais os fatores que se encontram na origem da procura de crédito. De acordo com Karsaklian (2004), ser consumidor é sinónimo de busca incessante pela satisfação das necessidades de alimentação, vestuário e diversão, essenciais à própria vida. No entanto Cobra (1997: 59) defende que «...Cada consumidor reage de forma diferente sob estímulos iguais, e isso ocorre porque cada um possuiu uma ‘caixa preta’ diferente». A satisfação de necessidades básicas e imprescindíveis ao bem-estar de todos os indivíduos.

A Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 10 de dezembro de 1948, no número 1 do seu artigo 25º, diz que:

[t]oda a pessoa tem direito a um nível de vida suficiente para lhe assegurar e à sua família a saúde o bem-estar, principalmente quanto à alimentação, ao vestuário, ao alojamento, à assistência médica e ainda quanto aos serviços sociais necessários, e tem direito à segurança no desemprego, na doença, na invalidez, na viuvez, na velhice ou noutros casos de perda de meios de subsistência por circunstâncias independentes da sua vontade.

Desta forma, considerando que cada consumidor é uma pessoa diferente, ainda que com as mesmas necessidades, são distintas as decisões face ao acto de consumir. O facto de todos nós possuímos as mesmas necessidades não significa que optemos

por adquirir o mesmo produto. Desejos semelhantes de alimentação, vestuário, ou até mesmo de diversão podem ser satisfeitos por uma vasta panóplia de produtos, dependendo da escolha do consumidor. Este encadeamento de ideias leva-nos então a perceber o quanto é difícil identificar quais os fatores que se encontram na base da escolha de cada consumidor. A opção de adquirir um determinado produto e/ou serviço, pode ser distinta dependendo de um conjunto de elementos económicos, sociais e culturais, psicológicos ou até mesmo demográficos.

3.2 Procura de crédito

3.2.1 Factores económicos

Os factores económicos que exercem maior preponderância na possibilidade de satisfação das nossas necessidades de consumo são, o rendimento disponível das famílias, o preço dos bens, a inovação tecnológica, a taxa de desemprego, a taxa de inflação e a taxa de juro praticada no mercado. O rendimento tem, naturalmente, uma enorme influência no consumo de bens e serviços. Como este é variável de acordo com a composição do agregado familiar, cada pessoa auferirá um rendimento diferente, que poderá não ser de valor mensal fixo. Quanto mais elevado é o rendimento disponível maior é a tendência para o consumo, estas duas variáveis seguem lado a lado e são diretamente proporcionais. No que respeita à oscilação do preço dos bens, quando o preço de um determinado bem aumenta, mantendo-se os restantes inalterados, a tendência será a procura de um bem substituto, efeito de substituição, contudo nem sempre é possível ao consumidor substituir um bem ou serviço. Tomando como exemplo os constantes aumentos do valor dos transportes públicos nos últimos tempos, verificamos que os mesmos originam um decréscimo no rendimento disponível das famílias, pois dificilmente encontramos um serviço que satisfaça as necessidades de deslocação diárias. Nestes casos o consumidor está sujeito ao aumento do preço dos transportes públicos. Por outro lado, o decréscimo de preço de um determinado bem ou serviço, faz com que o poder de compra das famílias aumente, pois ao despenderem de um menor recurso monetário para aquisição de um determinado bem, o remanescente poderá ser investido na aquisição de um produto adicional. Outro dos factores que afeta diretamente os hábitos de consumo das famílias é a inovação tecnológica. Quando olhamos à nossa volta verificamos as inúmeras inovações tecnológicas que se destacam. Quem não se recorda das máquinas de escrever que estão completamente obsoletas, tendo sido substituídas pelos computadores, ou mesmo os telemóveis que substituíram em grande

parte os telefones fixos. Estas são algumas provas de que nos rendemos com facilidade às inovações tecnológicas, ainda que com alguma resistência em algumas delas.

Encontra-se também relacionada com o consumo, mas numa razão inversa, a taxa de poupança dos Portugueses, ou seja, o aumento do consumo efetuado pelas famílias/consumidores conduz a um decréscimo acentuado da poupança.

No Quadro 3.1, podemos fazer uma breve análise das taxas de desemprego nos últimos anos, de que forma se relacionam com as variações do consumo, bem como as variações das taxas de poupança dos portugueses.

Quadro 3.1 – Taxa de desemprego em Portugal

	1998	2001	2006	2009	2011
Taxa de desemprego	4,50%	4,10%	7,50%	8,90%	14,00%
Emprego com contrato a prazo	11,60%	15,80%	16,90%	17,70%	17,60%
Taxa de auto-emprego	26,10%	25,00%	22,50%	22,90%	20,30%
Desemprego de longa duração	48,50%	38,40%	50,20%	44,00%	49,30%

Fonte: Banco de Portugal, adaptado de Boletim Económico Primavera 2012

Em 2011 a taxa de desemprego em Portugal atingiu 14%. Desde o ano de 1998 que verificamos o contínuo aumento da taxa de desemprego, como podemos constatar na Figura 3.1. Desde 1998 que a taxa de desemprego de longa duração se mantém mais ou menos estável. Aproximadamente 50% dos desempregados encontram-se em situação de desemprego há mais de 12 meses.

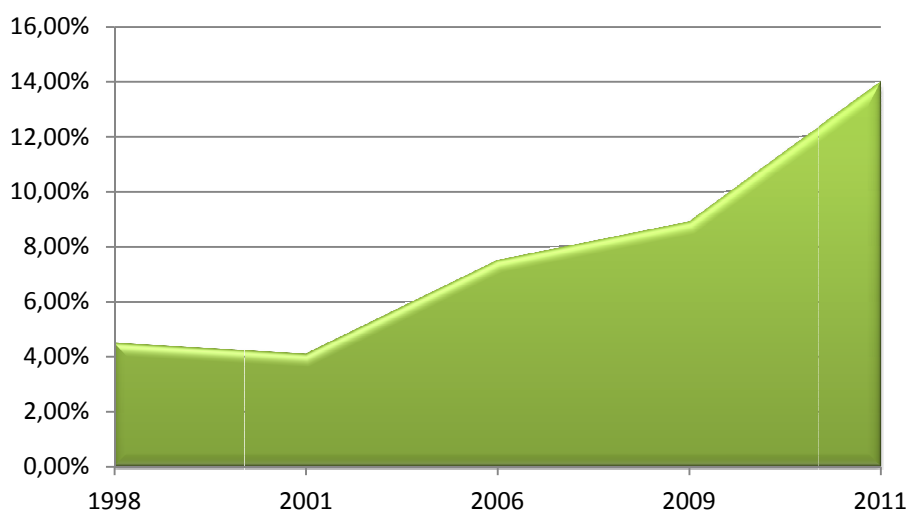


Figura 3.1 Evolução da taxa de desemprego em Portugal

Fonte: Banco de Portugal, adaptado de Boletim Económico Primavera 2012

Para melhor analisarmos o comportamento dos portugueses face ao consumo, é importante identificar quais os factores económicos que mais contribuem para as suas decisões. Em oposição ao consumo encontra-se a poupança, que nos é dada pela «...diferença entre o rendimento disponível e as despesas de consumo final.» Alexandre, [et al.]. (2011: 60). Em tempos de crise e de austeridade, assistimos a uma maior preocupação, por parte das famílias Portuguesas, em poupar. Ao analisarmos a Figura 3.2 que relaciona a taxa de poupança dos particulares com a variação da taxa de inflação, e debruçando-nos sobre a capacidade de economizar dos particulares, constatamos que o nível de salvaguarda económica destes aumentou consideravelmente do ano 2008 para 2009. No entanto, de 2009 até 2011 verificamos um ligeiro decréscimo da poupança. Ao analisarmos os dados disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), no relatório sobre as Contas Nacionais Trimestrais por Sector Institucional (Base 2006) 1º Trimestre de 2012, verificamos que, no que concerne à poupança dos particulares ocorre um aumento da mesma no segundo semestre de 2011, face ao primeiro semestre do mesmo ano. A taxa de poupança bruta em percentagem do Produto Interno Bruto (PIB) aumentou de 10,35% no primeiro semestre de 2011 para 10,80% no segundo semestre do mesmo ano, este facto pode estar diretamente relacionado com a incerteza face ao futuro. A dificuldade na obtenção de crédito bancário nos últimos tempos, obriga as famílias a analisarem de forma mais exaustiva as prioridades das suas necessidades de consumo, pois num ambiente de incerteza, no que diz respeito ao rendimento futuro, e com a obrigatoriedade de cumprimento dos seus compromissos, deverá ser fomentada a poupança.

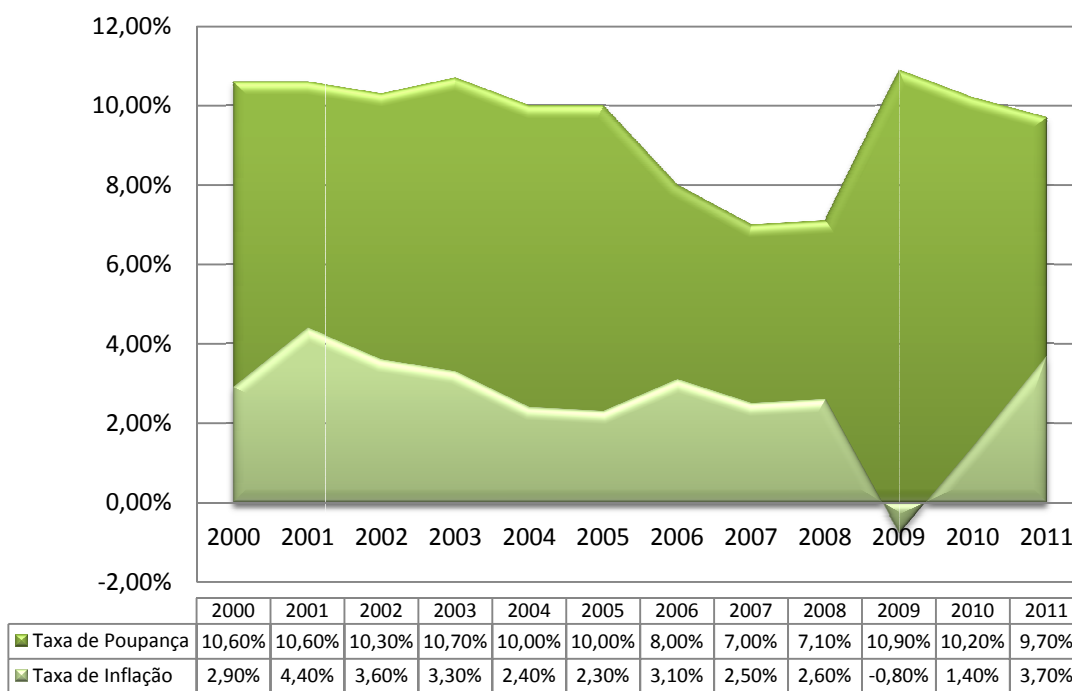


Figura 3.2 Taxa de inflação e da taxa de poupança em Portugal

Fonte: adaptado de INE (13-04-2012) e Banco de Portugal (13-04-2012)

O Inquérito às Despesas da Família (IDF) 2010/2011, efetuado pelo INE com base numa amostra representativa dos agregados familiares residentes em território nacional, tem como objetivo o apuramento da estrutura das despesas das famílias de acordo com a Classificação do Consumo Individual por Objectivo (COICOP). Os dados disponibilizados no IDF, divulgam de que forma são distribuídas as despesas anuais dos agregados familiares, em Portugal. Com a análise destes dados, podemos observar para onde são canalizados os rendimentos dos particulares. A despesa média anual das famílias em 2010/2011, apresentava um valor de 20.391€, enquanto o rendimento líquido anual médio por agregado familiar em 2009 era de 23.811€. Como podemos verificar no Quadro 3.2 a grande fatia das despesas dos agregados familiares é canalizada para encargos com habitação, transportes e produtos alimentares, representando 57% do total.

Quadro 3.2 Despesa anual média por divisões da COICOP, em Portugal

unidade:%		2000	2005/2006	2010/2011
Produtos alimentares e bebidas não alcoólicas	1	18,70	15,50	13,30
Bebidas alcoólicas, tabaco e narcóticos/estupefacientes	2	2,80	2,30	1,90
Vestuário e calçado	3	6,60	4,10	3,70
Habituação; despesas com água, eletricidade, gás e outros combustíveis	4	19,80	26,60	29,20
Móveis, artigos de decoração, equipamento doméstico e despesas correntes de manutenção da habitação	5	7,20	4,80	4,20
Saúde	6	5,20	6,10	5,80
Transportes	7	15,00	12,90	14,50
Comunicações	8	3,30	3,00	3,30
Lazer, distração e cultura	9	4,80	5,70	5,30
Ensino	10	1,30	1,70	2,20
Hotéis, restaurantes, cafés e similares	11	9,50	10,80	10,30
Outros bens e serviços	12	6,10	6,50	6,30

Fonte: adaptado de INE – Inquérito às Despesas das Famílias 2010/2011

Podemos constatar que as despesas relacionadas com a habitação, bem como todos os encargos com a mesma, tais como água, eletricidade e gás, representam 29,2% da despesa média anual dos agregados familiares. Na última década verificámos um aumento de, aproximadamente, 10% em despesas com habitação, sendo que no ano 2000 estas despesas representavam 19,8%. Os gastos com transporte representam, atualmente, 14,5% dos encargos médios mensais, apesar de se terem mantido praticamente constantes na última década. Já no que respeita ao dispêndio com produtos alimentares obtivemos um decréscimo de 18,7% em 2000, para 13,3% em 2010/2011.

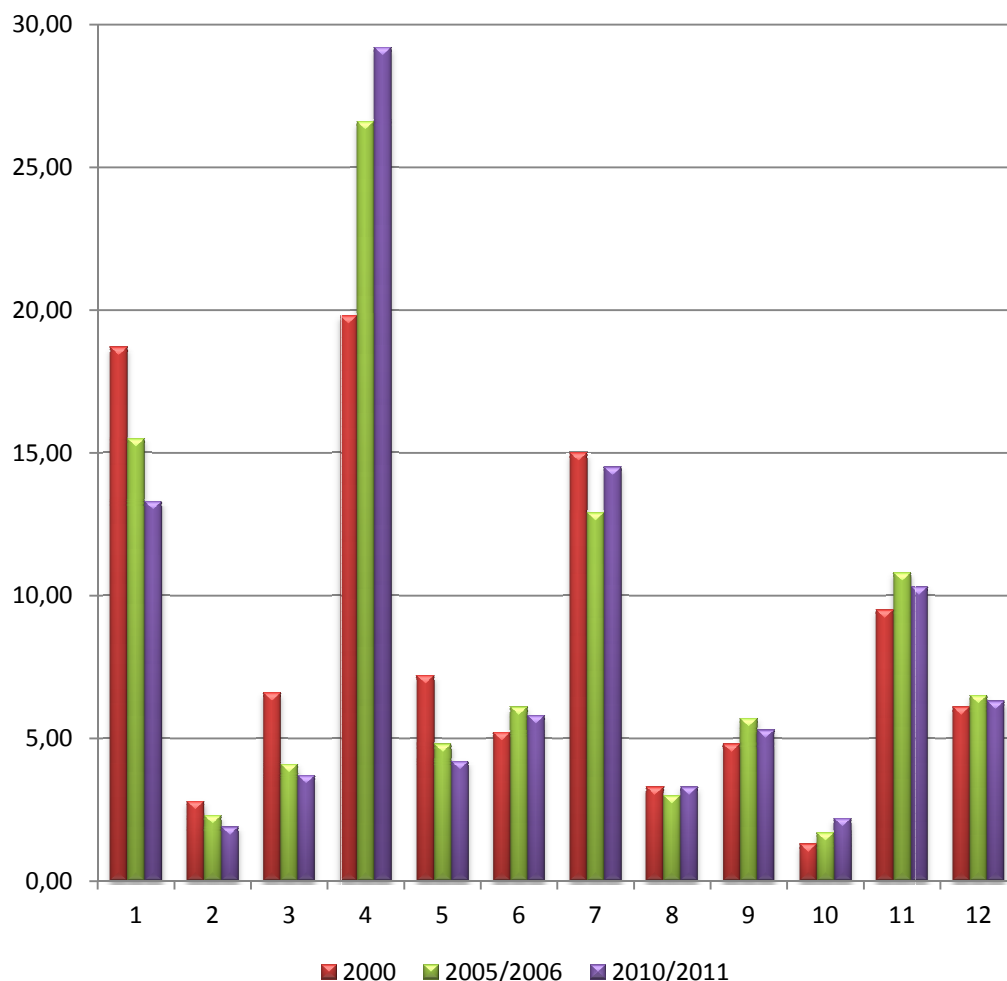


Figura 3.3 Despesa anual média por divisões da COICOP

Fonte: INE – Inquérito às Despesas das Famílias 2010/2011

A taxa de inflação, como factor económico determinante no consumo das famílias, é também uma condicionante de extrema importância na taxa de poupança dos Portugueses, vide Figura 3.2. Estes dois conceitos, de inflação e de poupança, deviam relacionar-se no mesmo sentido, ou seja, períodos de maior inflação como sinónimo de maior incerteza, deviam dar origem a um aumento das poupanças. Todavia, no período compreendido entre o ano de 1999 e o ano 2011, dada a instabilidade económica e financeira à qual temos vindo a assistir, essa relação não tem sido pautada por essa linearidade. Entre o ano 2000 e o ano 2001, verificamos a manutenção da taxa de poupança, enquanto a taxa de inflação teve um ligeiro aumento, tendo passado de 2,90% no ano 2000, para 4,40% em 2001, valor máximo atingido na última década. No entanto, de 2001 a 2005 assistimos a um decréscimo acentuado da taxa de inflação, passando de 4,4% em 2001 para 2,3% em 2005. Curiosamente a taxa de poupança não acompanhou o decréscimo da taxa de inflação, a poupança manteve-se estável no decorrer desse período de tempo. Já no ano 2009,

assistimos a uma queda acentuada da taxa de inflação para valores negativos -0,8%, contra um aumento considerável da taxa de poupança. Perante um cenário de incerteza face ao futuro, o pessimismo dos Portugueses fomenta a poupança. Não só a incerteza, mas também a dificuldade na obtenção de créditos bancários pode estar relacionada com o aumento da poupança. As pessoas começam a preocupar-se com as potenciais necessidades de consumo inadiáveis, nomeadamente despesas de saúde inesperadas, assim as famílias vêm-se obrigadas a poupar.

Outra relação importante, traduz-se no impacto que as oscilações das taxas de juro têm nos níveis de poupança dos particulares. A Figura 3.4 mostra-nos qual a evolução das taxas de juro Euribor a seis meses. Ao longo de um período de cinco anos consecutivos, que teve início no ano 2000, assistimos a uma ligeira descida na taxa de juro, enquanto a taxa de poupança dos particulares se manteve muito estável, tendo atingido um valor máximo de 10,70% em 2003 e um mínimo de 10% em 2004, ano em que começamos a verificar o decréscimo acentuado da taxa de poupança até ao ano 2007. Neste mesmo ano, em 2007, a taxa de juro atinge os 4,35% e continua a aumentar até 2008, tendo atingido uma taxa de juro de 4,73%, valor máximo atingido entre os anos de 2000 e 2011. O artigo elaborado por Alves e Cardoso (2010), sobre a Poupança das Famílias em Portugal: Evidência Micro e Macroeconómica, indica-nos que a descida da taxa de juro se encontra associada à descida da taxa de poupança, porém ao analisarmos o sucedido no período compreendido entre o ano 2009 e o ano 2011, assistimos a um aumento da poupança na razão inversa ao decréscimo das taxas de juro. O valor médio da taxa de poupança, nestes três últimos anos, é de 10,27%, enquanto a taxa de juro no mesmo período tem uma média de 1,38%. As causas da inversão deste movimento podem estar relacionadas com a incerteza face ao futuro, e também com as reduzidas taxas de juro aplicadas aos créditos detidos pelos particulares, ao terem um encargo menor com o pagamento de juros permitirem aumentarem as suas poupanças. Alexandre, [et al.] (2011) defende que o acréscimo de dispêndio com juros que as famílias têm que suportar em períodos em que esta taxa se encontra mais elevada, dificulta a poupança das mesmas.

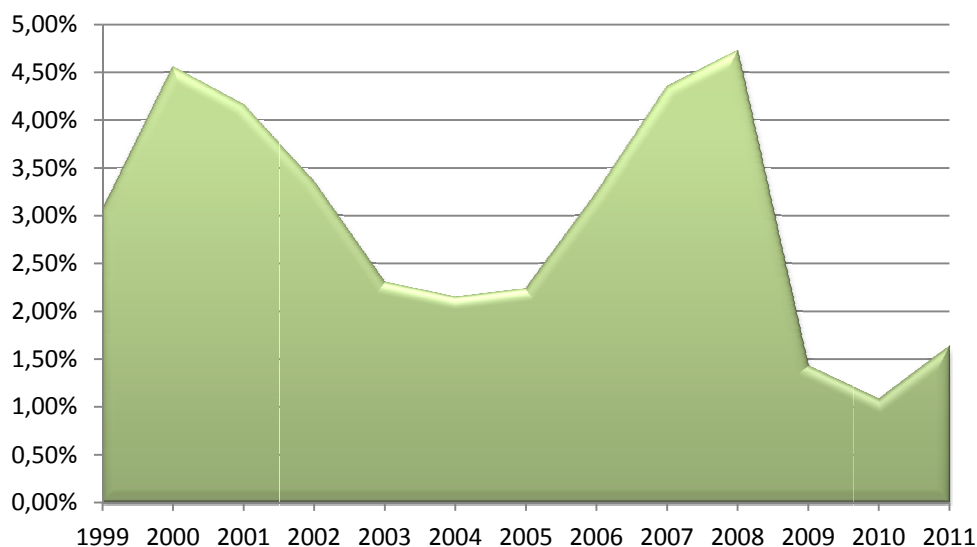


Figura 3.4 Evolução da taxa de juro Euribor (%)

Fonte: adaptado de estatísticas *online* do Banco de Portugal (16-04-2012)
[http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/\(S\(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055\)\)/Default.aspx](http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/(S(y4a33rqe5i11cv55bu4pk055))/Default.aspx)

A deterioração das condições do mercado de trabalho e o aumento das taxas de desemprego, afetam diretamente as decisões de consumo por parte das famílias Portuguesas. A redução dos salários dos funcionários públicos, a estagnação dos vencimentos do setor privado e o agravamento da tributação destes, afetou negativamente o rendimento disponível das famílias, reduzindo assim a sua capacidade de consumo. O poder de compra ou poupanças no seio dos agregados familiares tende a decrescer no decorrer do ano de 2012. Este declínio do consumo encontrar-se diretamente relacionado com os cortes salariais, cada vez mais frequentes no decorrer da crise económica e financeira, nomeadamente a suspensão dos subsídios de férias e de Natal dos funcionários do setor público e pensionistas e agravamento da carga fiscal

3.2.2 Factores sociais e culturais

Outro dos aspetos fundamentais no comportamento do consumidor, relaciona-se com factores sociais e culturais Figura 3.5, segundo Lindon, Lendrevie, Rodrigues, Lévi, Dionísio (2008: 100), são elas «...variáveis individuais e sociais:

- a família, o sexo e a idade;
- a influência do grupo sobre o comportamento dos seus membros;
- as classes sociais;
- e por fim, os estilos de vida.»

A constituição de família, aquando do casamento, influencia o consumo, na medida em que as pessoas, após o casamento ou uma mudança da sua situação familiar, sentem necessidade de adquirir um determinado conjunto de bens ou serviços dos quais não necessitavam até à data. A fase da vida em que nos encontramos diz muito sobre os nossos hábitos de consumo. Quando estamos no início da vida adulta, não temos tendência para adquirir os mesmos bens e serviços de que necessitamos quando contraímos matrimónio e passamos a ter dependentes a nosso cargo. Este novo ciclo de vida, abre portas à necessidade de um novo conjunto de bens, até então prescindível. Até mesmo no que respeita ao investimento em educação e formação, são diversas as fases das nossas vidas em que investimos nesta área. Porém, a tendência, com o passar dos anos é deixarmos de investir na nossa própria educação ou formação, para passarmos a investir na educação dos nossos filhos.

Factores culturais				
Cultura	Fatores sociais		Fatores Pessoais	
	Subcultura	de Grupos referênci a Família	Idade e ciclo de vida	Fatores psicológicos
Classes Sociais			Papéis e posições sociais	Ocupação
	Condições económicas	Percepção		
			Estilo de vida	CONSUMIDOR
			Personalidade	
			Aprendizagem	

Figura 3.5 Fatores que influenciam o comportamento do consumidor

Fonte: Kotler, 1994

Para Paschini (2006: 43) a palavra cultura «...tem origem na antropologia social e de forma geral traduz, num sentido bastante amplo, as vivências de qualquer grupo humano específico que seja transmitida de uma geração a geração», de acordo com Kotler (1994: 174) «...a cultura é o determinante fundamental dos desejos e do comportamento de uma pessoa»², a combinação de valores como crenças, costumes e atitudes, direcionam os membros de uma determinada sociedade para hábitos de

² «Tradução livre no autor. No original: Culture is the most fundamental determinant of a person's wants and behavior.»

consumo semelhantes é o que defende Schiffman e Kanuk (2000). Podemos concluir que o cotidiano das pessoas leva-as a alterar comportamentos de consumo, de acordo com a situação social em que se inserem.

Podemos identificar algumas características, tais como nacionalidade, religião ou até mesmo localização geográfica como influência na opção de consumo, Kotler (1994: 175) diz que «...cada cultura consiste em subculturas, as quais fornecem identificação mais específica e socialização para os seus membros»³.

No que concerne à forma como o estilo de vida atua sobre o consumo, Lindon, [et al.] (2008) identifica as atividades, os valores pessoais e as opiniões, como variáveis que permitem descrever um estilo de vida. Dentro da atividade, podemos reconhecer a atividade profissional, os hábitos de compra e o lazer, como determinantes desta mesma categoria, ao passo que no grupo de valores pessoais podemos enquadrar a personalidade de cada indivíduo e a forma como este se relaciona com os outros. As opiniões traduzem-se nas convicções do ambiente social em que estamos inseridos.

A sociedade da qual fazemos parte determina, muitas das vezes, quais os bens e serviços que estamos dispostos a adquirir, encontram-se presentes no nosso quotidiano fatores como:

- moda: vontade de adquirir bens, não exatamente por necessidade, mas por uma questão de acompanhamento das novidades que são lançadas no mercado, temos por exemplo, o caso dos telemóveis que se encontram em constante atualização;
- publicidade: as campanhas publicitárias invadem as nossas casas e vida no geral e fomentam o consumo, através da criação de necessidades;
- tradição: a tradição e os hábitos culturais têm influência no consumo. Através da aquisição de produtos em épocas festivas, tais como a aquisição de presentes no Natal, as amêndoas da Páscoa ou até mesmo os disfarces e acessórios de Carnaval;
- meio social: o grupo social em que as pessoas se inserem, determina os seus hábitos de consumo, como a aquisição de roupas de marca ou idas a espetáculos culturais.

3.2.3 Fatores psicológicos

No processo de aquisição de um determinado produto ou serviço, condicionamos as nossas escolhas tendo em conta fatores psicológicos, nomeadamente motivação, perceção, aprendizagem, crenças e atitudes. Maslow procurou compreender o

^{3 3} «Tradução livre no autor. No original: Each culture consists of smaller subcultures that provide more specific identification and socialization for its members.»

homem, considerando a existência de diversas necessidades desde as mais básicas às mais complexas, ao alcançar a motivação como o caminho para a satisfação das necessidades.

A teoria de Maslow sugere que as pessoas possuem um conjunto de cinco categorias de necessidades que o próprio organizou de acordo com a seguinte prioridade, de acordo com a Figura 3.6.

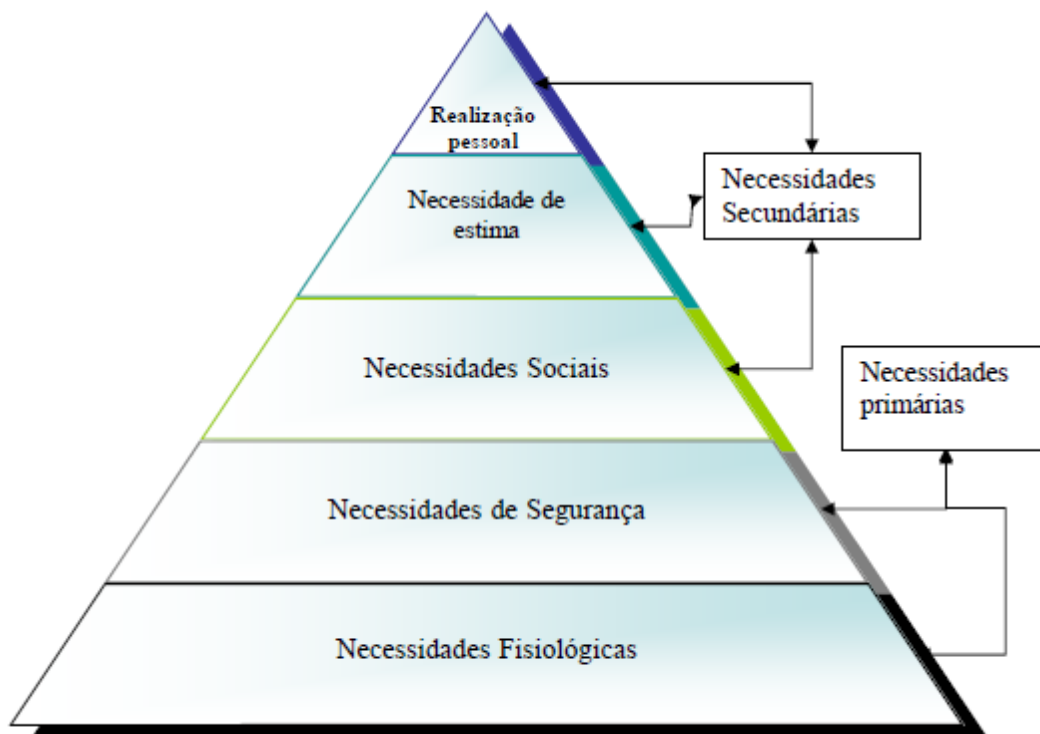


Figura 3.6 Pirâmide das necessidades de Maslow

Fonte: adaptado de Kotler (1994)

Os dois primeiros níveis constituem as necessidades primárias, enquanto os restantes níveis representam as secundárias.

Segundo Maslow, 1994 *apud* Kotler, 1994⁴, as necessidades não satisfeitas são os principais motivadores do comportamento humano, e sendo que o conceito de motivação nos remete para a razão que nos leva a perseguir um determinado objetivo, dá-se assim prioridade às necessidades mais básicas em detrimento das que se posicionam em níveis superiores. Só a satisfação completa dos patamares inferiores nos deixa prosseguir para a satisfação das necessidades que se encontram num nível superior.

⁴ Maslow (1954), *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row

As necessidades pessoais ou fisiológicas constituem a base de todas as necessidades humanas. São necessidades que já nascem com o próprio indivíduo, estando relacionadas com o nosso instinto de sobrevivência.

As necessidades de segurança constituem o segundo nível tendo uma grande importância na atuação humana. As necessidades sociais surgem no comportamento quando as necessidades fisiológicas e de segurança se encontram satisfeitas.

As necessidades de estima são os desejos de respeito próprio ou seja, os sentimentos de realização pessoal e de reconhecimento por parte dos outros. Para satisfazer estas necessidades, as pessoas procuram oportunidades de realização.

Por último, as necessidades de auto-realização, são os desejos de crescimento pessoal e a concretização de todos os objetivos, estas pessoas normalmente exibem naturalidade, iniciativa e habilidade na resolução de problemas.

A percepção de algo, é o processo através do qual identificamos as necessidades sentidas. No entanto, a forma como cada um de nós identifica um estímulo é distinta. Cada indivíduo tem necessidades diferentes que são condicionadas pela forma como as sentimos.

A aprendizagem como teoria, determina as nossas escolhas de acordo com a satisfação que temos face a um determinado produto, quando conhecemos bem o mercado, optamos por um produto em prol de outro.

A nossa formação base, educação e os princípios que nos foram transmitidos encontram-se diretamente relacionados com as crenças e atitudes.

3.2.4 Fatores demográficos

Os principais fatores demográficos que influenciam o consumo, segundo Dubois (1998) incluem, não só índices de população agregada nomeadamente dimensão, evolução da natalidade, fertilidade e esperança média de vida, mas também critérios de repartição de indivíduos, como a idade, o sexo, dimensão do lar, localização geográfica e nível de educação. Já Rivas, [et al.] (1999) identifica os fatores demográficos como influência externa determinante no comportamento do consumidor. Desta forma, podemos identificar a taxa de envelhecimento da população, taxa de natalidade e mortalidade, grau de habilitações literárias e mudanças geográficas, nomeadamente emigração e imigração, como fatores fundamentais no consumo.

Em suma, o perfil do consumidor varia consoante as necessidades específicas de cada indivíduo, o seu poder económico, o estrato social em que se encontra ou pretende encontrar inserido, a sua região demográfica e finalmente, mas não menos importante, os fatores psicológicos.

Podemos então concluir, que o consumidor não é resultado de uma só causa mas sim, de um vasto leque de fatores exógenos e intrínsecos de cada um. O consumidor português tenderá a consumir mais e melhor quanto maior for a sua ambição e o estatuto social que pretende alcançar. Da identificação dos pontos estudados anteriormente, ao longo deste capítulo, podemos concluir que o consumidor português, tenderá a consumir para além das suas possibilidades, arrisco-me até a afirmar que o, aparentemente, excessivo endividamento das particulares foi originado pelo facto de os portugueses quererem ter mais do que era possível, o que fez com que recorressem consecutivamente ao crédito.

4. Endividamento das famílias Portuguesas

4.1 Diferentes tipos de crédito

4.1.1. Crédito ao consumo

O contrato de crédito «...é o contrato por meio do qual um credor concede ou promete conceder a um consumidor um crédito sob a forma de diferimento de pagamento, mútuo, utilização de cartões de crédito ou qualquer outro acordo de financiamento» artº 2º número 1 alínea a) do DL 359/91, de 21 de Setembro.

A atividade de concessão de crédito a particulares, com destino ao consumo, em Portugal tem tido um crescimento significativo ao longo dos anos. O crédito a particulares serve sobretudo para divulgação da imagem do Banco, para captação de novos clientes e fidelização dos existentes. A forte concorrência entre instituições bancárias fez com que fosse surgindo um leque variado de opções face ao crédito, diversos produtos com as mais variadas características.

No processo de concessão de crédito as instituições bancárias devem analisar um conjunto de documentação, aquando da solicitação de crédito de cada cliente. A análise de cada cliente deve ser efetuada através da Central de Responsabilidade de Crédito (CRP) do BdP, de forma a avaliar qual a capacidade de endividamento que o cliente tem à data do pedido de crédito. São solicitados recibos de vencimento bem como declaração da entidade patronal na qual conste qual o vínculo contratual e o número de anos que se encontra na empresa, bem como apresentação de extratos bancários, para que seja possível analisar os movimentos da mesma, estado civil e composição do agregado familiar.

Quando falamos em crédito ao consumo enquadrámos neste tipo de crédito as mais diversas finalidades, tem como objetivo a satisfação das necessidades a curto prazo, podendo o mesmo, destinar-se à aquisição de automóvel, computadores pessoais, pequenas obras, mobiliário, viagens, educação e até mesmo impostos, se bem que grande parte das instituições financeiras têm créditos destinados exclusivamente a este tipo de aquisições, com características próprias. No que se refere à aquisição de automóveis novos, praticamente todas as instituições financeiras possuem crédito automóvel. Ao analisarmos o sítio na *internet* de três instituições financeiras, como a Caixa Geral de Depósitos (CGD), Banco Português de Investimento (BPI) e Banco Santander Totta (BST), podemos evidenciar o tipo de crédito ao consumo disponível nestas instituições de crédito, bem como as condições que se encontram subjacentes.

Analisando cada um dos bancos individualmente e começando pela CGD, verificamos que tem disponível dentro do crédito ao consumo, o crédito automóvel, crédito pessoal e crédito à formação. Já o BST, para além do crédito pessoal, tem também o crédito automóvel e o crédito especializado para energias renováveis. O BPI à semelhança dos bancos anteriores, também tem disponível para consulta, as condições dos créditos para aquisição de automóvel, o crédito pessoal e o crédito para investimento em formação. Destaca-se nesta oferta de crédito, o BST por possuir crédito especializado para energias renováveis, no entanto fica em desvantagem em não apresentar oferta de crédito à formação, disponível *online*.

No decorrer desta dissertação, e para melhor identificarmos os motivos do endividamento das famílias portuguesas, é pertinente a análise de dados como o valor de crédito ao consumo concedido a particulares. Se olharmos para o Quadro 4.1 disponibilizado pela Associação de Instituições de Crédito Especializado (ASFAC), verificamos que os valores de crédito ao consumo concedidos no 1º trimestre de 2012 tiveram um decréscimo de 33,2% face ao período homólogo e 14,4% face ao trimestre anterior.

Quadro 4.1 Crédito concedido por tipo

(em milhares de euros)

ASFAC Março 2012							
	2011				2012	Evol hom %	Repart %
	1.º Trim.	2.º Trim.	3.º Trim.	4.º Trim.	1.º Trim.		
Créd Clássico	486.735	437.955	442.716	376.474	310.775	-36,2	36,9
..Partic (consumo)	445.732	386.861	394.116	343.188	287.317	-35,5	92,5
..Empresas	41.004	51.094	48.600	33.287	23.458	-42,8	7,5
Outros	398	290	169	119	96	-75,8	0,0
Fornec (stock)	591.155	535.905	404.251	399.748	356.214	-39,7	42,3
Créd Revolving	183.430	172.255	180.657	207.413	175.454	-4,3	20,8
Total	1.261.718	1.146.405	1.027.793	983.755	842.540	-33,2	100,0

Fonte: ASFAC, indicadores do 1º Trimestre de 2012

Focando esta análise no crédito a particulares, verificamos que desde o 1º trimestre de 2011, o montante de crédito concedido tem vindo a decrescer. De acordo com os dados disponibilizados pela ASFAC, os valores de crédito concedidos a particulares relativamente ao crédito clássico, destinam-se maioritariamente a aquisição de meios de transporte representando 68%, seguidos de 18% destinados a aquisição de produtos para o lar e 11,90% destinados a crédito pessoal. O decréscimo do montante de crédito ao consumo verificado no 1º trimestre de 2012, face ao último trimestre do ano anterior, refletiu-se numa redução de 39,90% na aquisição de meios de

transporte, 26,6% na aquisição de produtos para o lar e 24,6% no crédito pessoal, como podemos verificar no Quadro 4.2.

Quadro 4.2 Crédito clássico por tipo de produto financiado

(em milhares de euros)

ASFAC Março 2012							
	2011				2012	Evol hom %	Repart %
	1.º Trim.	2.º Trim.	3.º Trim.	4.º Trim.	1.º Trim.		
Meios Transp	351.611	309.129	313.165	259.344	211.264	-39,9	68,0
Lar	76.253	69.072	76.103	72.581	55.992	-26,6	18,0
Equipamento	3.810	3.289	2.322	385	256	-93,3	0,1
Cred Pessoal	49.103	50.413	43.721	36.084	37.046	-24,6	11,9
Cred Hipotecário	661	1.349	2.505	2.329	1.033	56,2	0,3
Outros	5.298	4.704	4.902	5.751	5.184	-2,2	1,7
Total	486.735	437.955	442.716	376.474	310.775	-36	100,0

Fonte: ASFAC, indicadores do 1º Trimestre de 2012

O decréscimo do montante de crédito concedido traduziu-se numa redução do número de contratos de crédito efetuados, no 1º trimestre de 2012 verificamos, face ao período anterior um decréscimo de 42% no número de contratos; já em relação ao período homólogo, o número de contratos efetuados esteve muito próximo do período anterior, tendo-se mantido estável ao longo do ano de 2011 (Quadro 4.3).

Quadro 4.3 Contratos de crédito clássico celebrados

(em unidades)

ASFAC Março 2012							
	2011				2012	Evol hom %	Repart %
	1.º Trim.	2.º Trim.	3.º Trim.	4.º Trim.	1.º Trim.		
Créd Clássico	115.954	106.605	117.732	116.217	67.384	-41,9	100,0
..Partic (consumo)	113.286	103.225	114.488	113.923	65.679	-42,0	97,5
..Empresas	2.668	3.380	3.244	2.294	1.705	-36,1	2,5

Fonte: ASFAC, indicadores do 1º Trimestre de 2012

Dos 67.384 contratos de crédito celebrados no 1º trimestre de 2012, 97,5% desses contratos foram celebrados entre instituições de crédito e clientes particulares.

Quadro 4.4 Valor médio dos contratos celebrados de crédito clássico

(em euros)

ASFAC Março 2012						
	2011				2012	Evol hom %
	1.º Trim.	2.º Trim.	3.º Trim.	4.º Trim.	1.º Trim.	
Créd Clássico	4.198	4.108	3.760	3.239	4.612	9,9
..Partic (consumo)	3.935	3.748	3.442	3.012	4.375	11,2
..Empresas	15.369	15.116	14.981	14.510	13.759	-10,5

Fonte: ASFAC, indicadores do 1º Trimestre de 2012

O valor médio dos contratos celebrados com os clientes particulares, Quadro 4.4, atinge o montante de 4.375€ por contrato, o que se traduz num aumento do valor por contrato de 9,9% face ao período homólogo, quer isto dizer, que são menos os contratos efetuados, mas o valor de cada contrato é superior aos valores dos contratos celebrados no ano anterior.

4.1.1.1 Crédito Pessoal

Podemos dizer que o crédito pessoal, entre outras, é uma das modalidades do crédito ao consumo. Este tipo de crédito, disponibilizado na conta de depósitos à ordem do cliente, tem como objetivo financiar a aquisição de bens ou serviços, como férias aquisição de eletrodomésticos e mobiliário, ou até mesmo para fazer face a uma despesa de saúde. As garantias que sustentam este tipo de créditos, são, regra geral uma garantia pessoal, sob a forma de livrança. O reembolso deste tipo de crédito é efetuado, geralmente, através de prestações constantes de capital e juros em que a taxa de juro aplicada poderá ser fixa ou variável. Quando aplicada a taxa de juro variável, será indexada a uma taxa de referência, no entanto a taxa de juro oferecida ao cliente pode ser variável consoante o grau de envolvimento que o cliente tem com a instituição bancária. Esta taxa dependerá dos produtos que o cliente estiver disposto a adquirir, bem como o historial como cliente desse mesmo banco. O prazo de reembolso depende das condições estabelecidas no contrato, e podem ser exigidos seguros de vida e/ou garantias pessoais, tais como livranças Marques, [et al.] (2000).

A negociação de um crédito pessoal pode ter subjacente a aquisição de outros produtos bancários (*cross selling* bancário), como forma de negociação da taxa de juro aplicável, no entanto qualquer cliente deverá analisar em pormenor todos os detalhes

dos produtos associados. A redução do *spread*⁵ por si só, nem sempre é vantajosa para o cliente bancário, que deverá ter noção de todos os custos inerentes aos produtos que estão associados ao crédito pessoal. É muito comum, por parte das instituições bancárias a “oferta” de cartões de crédito aos seus clientes aquando da negociação de um novo crédito bancário, no entanto nem sempre os clientes se encontram esclarecidos para o facto de não existir “oferta” alguma, pois estão sempre associados custos que, em muitos casos têm anuidades obrigatórias muito elevadas. Após consulta, através da *internet*, de algumas instituições bancárias, podemos concluir que, em média, o prazo de reembolso do crédito pessoal, está compreendido entre seis meses e cinco anos, podem ocorrer prazos mais longos de reembolso, dependendo do tipo de bem a financiar. Quando o crédito pessoal é concedido com o objetivo de financiar a aquisição de bens que desvalorizam num período de tempo mais curto, o seu reembolso é efetuado mediante o estabelecimento de um prazo mais reduzido, enquanto no caso de aquisição de bens duradouros, o prazo de reembolso pode ser mais alargado, podendo o mesmo atingir 120 meses. Tal como no prazo de reembolso, também o montante de crédito não tem um valor fixo, apesar de ser mais recorrente que o montante dos créditos pessoais se situe entre os 500€ e 30.000€, estes valores não são exatos. As instituições bancárias precisam de garantias em como o crédito será reembolsado de acordo com as condições previamente estabelecidas no contrato, a finalidade do crédito é um fator muito importante na análise da concessão do crédito, bem como a análise detalhada do historial do cliente.

4.1.1.2 Descoberto Bancário

«O descoberto bancário permite a um cliente levantar fundos ou fazer pagamentos a partir da sua conta de depósitos à ordem, num montante que excede o saldo dessa conta.» Banco de Portugal, 2012 [em linha], com a finalidade de fazer face a imprevistos de tesouraria, considera-se que a conta se encontra a *descoberto* quando o seu saldo é negativo, ou seja, os débitos são superiores aos créditos. Ao montante do saldo a descoberto é aplicada uma taxa de juro, muitas das vezes, superior à taxa de juro que é aplicada na concessão de créditos pessoais, Marques, [et. al.] (2000), o descoberto bancário pode assumir duas tipologias:

- *descoberto não autorizado*: estamos perante uma situação de *descoberto não autorizado* quando ocorre um movimento a débito na conta do cliente e o mesmo não tem provisão, segundo Marques, et. al. (2000) o exemplo mais

⁵«Termo também utilizado para referir o acréscimo (em pontos percentuais) ao indexante, que os bancos exigem quando concedem um financiamento com taxa variável.» Banco de Portugal 2012

frequente, é a apresentação de um cheque a pagamento sem a conta ter saldo, nestes casos o banco pode agir de duas formas, ou paga o cheque através de um descoberto não autorizado, por um prazo de tempo muito curto, ou recusa-se a pagar o cheque, situação mais recorrente;

- *descoberto autorizado*: nestes casos é efetuado um acordo entre o cliente e a entidade bancária, em que é estipulado o montante limite até ao qual o cliente poderá movimentar a conta a descoberto, mediante o pagamento de uma determinada taxa de juro previamente acordada.

O Inquérito à Literacia da População Portuguesa 2010, efetuado pelo BdP, no âmbito das suas funções de supervisão bancária, foi elaborado com base numa amostra de 2000 inquiridos, residentes em território nacional, maiores de 16 anos. No que concerne ao descoberto bancário, 25% dos inquiridos que possuem conta bancária admitem que a sua conta bancária permite descoberto bancário, enquanto 19% admite desconhecer essa possibilidade associada à sua conta. Dos 25% de utilizadores que admitem a utilização do descoberto bancário, 33% desconhece qual a taxa de juro aplicada à utilização desse descoberto bancário, bem como a cobrança de comissões de utilização, e apenas 24% conhece com exatidão, ou admite conhecer, quais os encargos associados à utilização do descoberto.

Um estudo efetuado pela Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO), publicado na revista *Dinheiro & Direitos* de março/abril de 2012, diz-nos que as taxas aplicadas aos saldos, que se encontram a débito nas contas dos clientes, situam-se entre os 10% no Banco Português de Negócios (BPN) e Banco Português de Investimento (BPI) e os 28% aplicados nas contas do Banif, isto no caso das contas que têm o descoberto bancário autorizado, nos casos em que esta opção não se encontra contratualizada, a taxa de juro cobrada pode atingir os 29,5% aplicados no Banco Popular.

4.1.1.3 Conta Ordenado

A conta ordenado é uma conta bancária semelhante a tantas outras, no entanto possui características especiais, o cliente bancário ao domiciliar o seu vencimento numa determinada instituição bancária, pode usufruir de um crédito, ou descoberto autorizado, que pode variar entre 80% do seu vencimento, no caso do Crédito Agrícola e até três vezes o montante do vencimento líquido, no Banif, estudo efetuado pela DECO. Tal como nos outros tipos de crédito, também neste será cobrada uma taxa de juro no período compreendido entre a utilização de um montante a descoberto e a sua

regularização. A utilização da conta ordenado, face à utilização de descoberto autorizado, explicado no ponto anterior, tem vantagens, na medida em que, geralmente não são cobradas despesas de manutenção ao cliente que possui este tipo de conta, da mesma forma que os titulares podem, também, usufruir de anuidades gratuitas dos cartões associados a esta conta, sejam eles de débito ou crédito. Ainda como vantagem associada à conta ordenado encontra-se a possibilidade de efetuar transferências entre contas de instituições bancárias diferentes, sem que sejam cobrados quaisquer encargos, quando realizadas por telefone ou por *internet*. Importa ainda salientar que, no caso de algumas instituições bancárias, a aprovação deste descoberto bancário é automática, mediante a domiciliação do vencimento, no entanto o cliente deverá ter conhecimento que pode renunciar a esta especificidade. Uma das vantagens deste tipo de “crédito” é a facilidade com que o cliente pode recorrer à sua utilização, no caso de ter uma despesa imprevista. No entanto, é muito importante que o cliente tenha a noção dos custos associados à utilização do descoberto bancário. Algumas instituições bancárias como é o caso da CGD, que permite o acesso a um descoberto bancário até ao montante de 250€ e por um período de 7 dias sem cobrar juros e do BST que permite o descoberto de 100€ sem cobrar juros, durante os primeiros dois dias. De acordo com o estudo da DECO, um descoberto bancário no valor de 100€ durante o período de 30 dias, pode atingir um custo associado de 104,77€ no Banif, banco que cobra mais encargos. O cliente ao ter conhecimento dos montantes que lhe serão cobrados, relativamente à utilização do descoberto bancário, pode analisar outras opções. Em caso de necessidade de utilização de um montante de 100€ por um período de 30 dias, possivelmente a opção de utilização de cartão de crédito seria mais vantajosa, na medida em que há cartões de crédito que podem atingir um período de utilização de crédito sem juros, até 52 dias. São estas alternativas que o cliente tem que ponderar no momento de utilização de crédito, especialmente quando tem mais que uma alternativa à sua disposição. Outra das vantagens da domiciliação do vencimento, desta vez na ótica das instituições bancárias, traduz-se numa melhor identificação do perfil do cliente, através do conhecimento dos depósitos efetuados mensalmente, provenientes da entidade patronal. Esta situação permite aos bancos conhecerem quais os fluxos monetários dos seus clientes, possibilitando-lhes uma melhor avaliação da sua situação financeira, bem como da sua capacidade de solvabilidade, em casos de necessidade de recurso ao crédito.

Na última década, assistimos a um crescente aumento na adesão à conta ordenado, por parte dos Portugueses com mais de 15 anos, residentes no Continente, são dados revelados pela BASEF Banca da Marktest que nos mostram esta realidade, Figura 4.1.

São aproximadamente 2,52 milhões de Portugueses que possuem conta ordenado, este valor corresponde a 35,70% dos titulares de conta bancária, residentes em território nacional. Na origem da adesão a esta modalidade de conta bancária encontram-se fatores como a idade, sexo, classe social e demografia. Podemos concluir, que a maior percentagem de adesão à conta ordenado, é proveniente de indivíduos com idade compreendida entre 25 e 34 anos, com 52,60% do universo das contas ordenado, contra os indivíduos com mais de 64 anos que apenas detêm 9%. Já no que respeita ao género, é o sexo masculino quem mais adere a este tipo de contas, fazendo-se representar por 38,80% contra 32,80% representados pelas mulheres. Em termos de localização geográfica é no grande Porto que se verifica a maior tendência para adesão à conta ordenado com 42%, sendo que no interior Norte e Sul a adesão é muito reduzida. Quanto às classes sociais, são a classe alta e média alta quem detêm uma maior percentagem de contas ordenado, na ordem dos 49,80% em oposição à classe média baixa e baixa que representa apenas 28,60%.

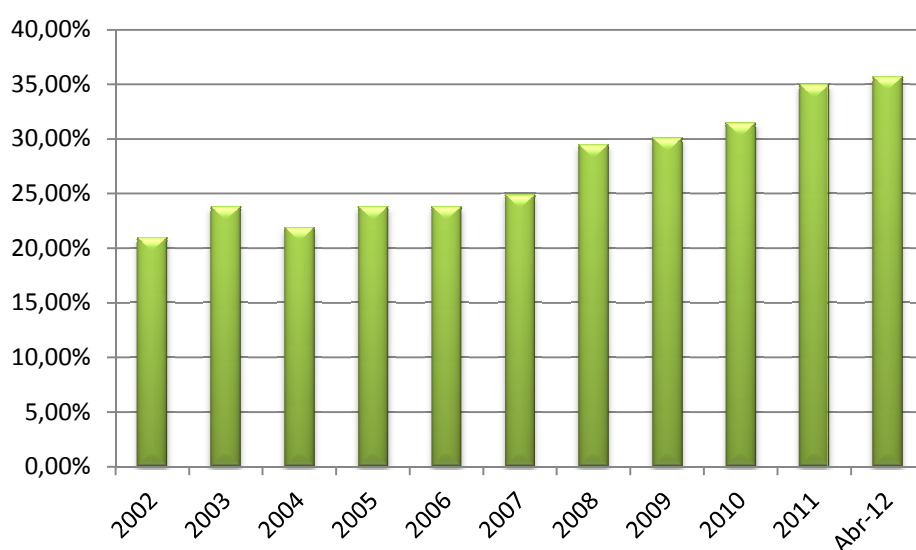


Figura 4.1 Detentores de Conta Ordenado em Portugal Continental

Fonte: BASEF Banca, <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~19a2.aspx> consultado em 01/07/2012

4.1.1.4 Cartões de Crédito

O processo de emissão e gestão de cartões de crédito encontra-se regulado pelo RGICSF, em complementaridade com o Decreto-Lei nº. 166/95, de 15 de Julho. O cartão de crédito permite a utilização de um montante previamente definido, denominado de *plafond*, podendo o mesmo ser utilizado para efetuar pagamentos de compras ou levantamentos de dinheiro em caixas multibanco ou balcões dos bancos,

esta operação tem a denominação de *cash-advanced*. O reembolso dos montantes utilizados para efetuar pagamentos de compras, pode ser efetuado na totalidade, dentro dos limites de prazo estabelecidos sem qualquer encargo de juros associado, ou excedendo esse prazo são cobradas taxas de juro pela utilização do montante em dívida, BdP (2012), no caso dos levantamentos efetuados a crédito (*cash-advanced*) são cobrados juros desde «...a data de emissão do extrato que inclui os levantamentos» Marques [et al.] (2000). Ainda como encargos associados ao cartão de crédito podem estar as anuidades dos mesmos, sendo que, atualmente no mercado bancário encontramos alguns cartões de crédito que não têm, nem obrigatoriedade de uso, nem qualquer encargo associado.

A oferta de cartões de crédito por parte das instituições bancárias, é cada vez mais frequente, seja através de contactos telefónicos ou até mesmo abordagens diretas quando nos deslocamos aos centros comerciais. Com toda esta oferta, a quantidade de cartões de crédito tem vindo a aumentar consideravelmente na última década, como podemos verificar na Figura 4.2. Os resultados de um estudo da BASEF Banca da Marktest indicam-nos que 2,176 milhões de pessoas com mais de 15 anos de idade residentes em Portugal Continental, possuem cartão de crédito, quer dizer que 30,10% dos titulares de contas bancárias em território nacional é detentor de, pelo menos um cartão de crédito. Apesar de o número de cartões de crédito ter vindo a aumentar nos últimos anos, as pessoas estão mais comedidas na sua utilização, verificando-se assim um decréscimo na taxa de utilização dos mesmos.

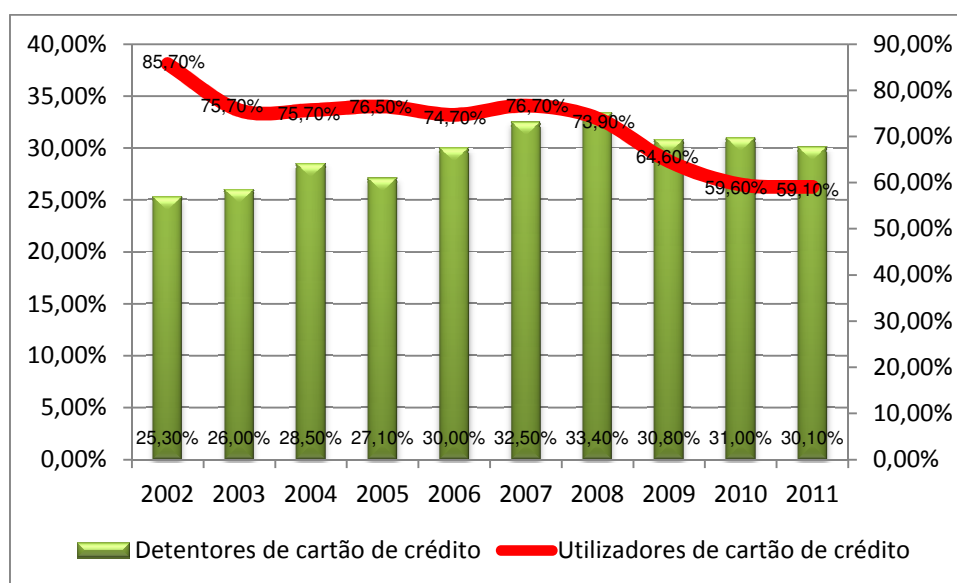


Figura 4.2 Quantidade de cartões de crédito emitidos em Portugal

Fonte: BASEF Banca, <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1976.aspx> consultado em 01/07/2012

Como podemos observar na Figura 4.2, no ano de 2002 existia uma menor adesão ao cartão de crédito, mas apenas 14,30% dos detentores não lhes dava uso. No entanto, desde o ano de 2007 que assistimos a um decréscimo de utilização de cartões de crédito que ronda os 17,60%, sendo que, em 2011 apenas 59,10% afirma continuar a dar uso a este meio de pagamento. As pessoas começam a ter, cada vez mais noção dos níveis de endividamento atingidos e passam a adotar um comportamento mais consciencioso relativamente às suas aquisições supérfluas.

A utilização do cartão de crédito permite efetuar aquisições a crédito sem pagamento de juros. Todas as compras pagas através de cartão de crédito são registadas no extrato da conta cartão que é enviado mensalmente para o cliente. Entre a data de fecho do extrato e a data limite de pagamento, existe um prazo de 20 dias, permitindo ao cliente uma gestão da sua tesouraria. O pagamento das aquisições efetuadas através de cartão de crédito, pode ser efetuado na totalidade, mediante a modalidade de pagamento a 100%, usufruindo de um crédito gratuito, ou através de pagamentos parciais da dívida em que são cobrados juros sobre o montante por liquidar, estes casos merecem especial atenção pois as taxas de juro cobradas nas transações efetuadas com o cartão de crédito podem atingir os 30%.

As características mais importantes na escolha do cartão de crédito, de acordo com a revista Dinheiro & Direitos da DECO Proteste, são a anuidade, a taxa de juro e as vantagens associadas ao cartão, nomeadamente seguros. Os clientes que pretendem pagar as suas compras a 100% devem optar por um cartão isento de anuidade e preferencialmente com a possibilidade de reembolso, de parte do montante que gastar (*cash-back*). Para os clientes que pretendem fasear os pagamentos das suas compras, devem optar por um cartão de crédito com a taxa de juro mais baixa. Um estudo comparativo sobre cartões de crédito desenvolvido pela DECO Proteste, mostra-nos no Quadro 4.5 quais os cartões de crédito mais vantajosos para quem quer fazer os pagamentos a 100% e para quem tem necessidade de utilização a crédito.

Quadro 4.5 Estudo comparativo da DECO Proteste

Cartão de Crédito	TAEG (%)	Pagamentos a 100%	Pagamentos a Crédito	Observações
DECO PROTESTE Unicre Exclusivo para associados	10,30%	x	x	Isento de anuidade e com devolução de 1% do valor das compras se atingirem 500€ em seis meses
Santander Totta Light	15,90%	x	x	Anuidade gratuita 1º ano, seguintes 17,16€, isento para compras anuais superiores a 600€
Activo Bank	17,70%	x	x	Isento de anuidade
Banco Best Classic	21,80%	x		Isento de anuidade
Banco Best iSavings Black	21,80%	x		Isento de anuidade
Unicre Unibanco Clássico	23,10%	x		Isento de anuidade
Unicre Unibanco Atitude	23,10%	x		Isento de anuidade
Unicre Unibanco Life	23,10%	x		Isento de anuidade
Barclaycard Classic	26,00%	x		Isento de anuidade
Barclaycard Gold	26,00%	x		Isento de anuidade
Barclaycard Platinum Travel	26,00%	x		Isento de anuidade

Fonte: DECO Proteste, <http://www.deco.proteste.pt/credito/cartoes-de-credito-s614231.htm>, consultado 02/07/2012

4.1.2. Crédito habitação

O direito à habitação, é reconhecido como um direito humano da Declaração Universal dos Direitos do Homem. O crédito habitação, segundo os dados analisados anteriormente, obtidos através do IDF 2010/2011, é a despesa que mais pesa no orçamento das famílias. «O crédito para aquisição ou construção de habitação própria é, em Portugal, a principal fonte de endividamento das famílias.» Marques [et. al.] (2000: 79). A aquisição de habitação própria permanente constitui, para uma grande parte das famílias Portuguesas, o maior investimento efetuado em toda a sua vida. A decisão de aquisição de habitação própria, prende-se com o facto de vivermos num país em que o mercado de arrendamento é escasso, mas com tendência a assistirmos a alterações, dadas as dificuldades na obtenção de crédito atualmente. O crédito habitação concedido aos particulares tem como finalidade fazer face a encargos relacionados com a aquisição de habitação, aquisição de terreno e até mesmo financiamento da construção de habitação própria. A este tipo de crédito é exigido um seguro de vida, pelo montante do empréstimo e um seguro multi-riscos que cubra riscos de incêndio no imóvel, como forma de salvaguarda ao valor do imóvel hipotecado. O crédito habitação, face aos anteriores, detém um grau de risco inferior, na medida em que tem como garantia real a hipoteca do imóvel, que é avaliado pela instituição bancária.

A aquisição de habitação com recurso ao crédito, fomenta uma relação duradoura entre o cliente e as instituições bancárias, pois é um produto que na maior parte dos casos é reembolsado a longo prazo, situando-se os prazos, em termos médios, entre os 25 e 45 anos. Numa relação direta com este tipo de crédito estão associados outros produtos, tais como domiciliação de vencimento através das contas ordenado, débitos diretos (água, eletricidade, gás, entre outros), seguros de vida, cartão de débito e crédito. Por norma a adesão a estes produtos possibilita a obtenção de *spreads* mais baixos na negociação do crédito.

A procura de crédito habitação depende, não só dos preços do mercado imobiliário, mas também das taxas de juro praticadas no mercado e da facilidade na obtenção de crédito. Uma descida de preços no mercado imobiliário é a melhor altura para investir em habitação, no entanto, a oferta de imóveis não é fator de exclusividade na decisão de aquisição. Fatores como a taxa de juro e as condições de oferta de crédito das instituições bancárias são imprescindíveis na hora de decidir. Atualmente seria uma altura boa para investir na aquisição de imóveis, os preços do mercado imobiliário desceram, da mesma forma que a taxa de juro indexada à Euribor, taxa de juro geralmente aplicada no crédito habitação, se situa em valores baixos. No entanto dada a situação financeira em que o país se encontra, é difícil a obtenção de crédito bancário, pois as instituições bancárias estão a aplicar *spreads* muito elevados e não concedem empréstimos a 100% do valor do imóvel, o que dificulta o processo de aquisição.

4.2 Conceito de endividamento e sua origem

O grau de endividamento, das famílias portuguesas, tem vindo a aumentar ao longo dos últimos anos, arrisco-me até afirmar, que vivemos numa sociedade de consumo, que se não for controlado, e com o excessivo recurso ao crédito poderá ser a base do endividamento das famílias.

Marques, [et al.] (2000: 1) define endividamento como «...o saldo devedor de um agregado familiar.» correspondendo à percentagem do rendimento dos particulares que se destina ao pagamento dos empréstimos em curso, *idid*. o endividamento pode resultar apenas de uma dívida ou da agregação de um conjunto de dívidas, surgindo desta forma o conceito de multiendividamento. No caso do crédito concedido a particulares, a maior parte desta percentagem destina-se ao crédito para aquisição de habitação própria permanente e ao crédito ao consumo dos mais variadíssimos bens ou serviços. No entanto, o endividamento nem sempre é encarado de forma negativa,

podendo mesmo ser encarado como estratégia do consumidor num contexto de crescimento económico. Tendo por base a relação custo-benefício entre o recurso ao crédito ou o investimento dos seus próprios meios financeiros. O endividamento torna-se um problema quando gera incumprimento, situação que ocorre quando o devedor não cumpre, em tempo útil, com a obrigação de saldar as suas dívidas. É considerado incumprimento, por parte das instituições financeiras, quando ocorre o atraso do pagamento de três prestações, passando a ser considerado incumprimento definitivo, quando estão esgotadas todas as possibilidades de renegociação do crédito e quando é acionado processo judicial por incumprimento.

São diversos os motivos que levam o consumidor a recorrer ao crédito. Como principal motivo temos, não só o recurso ao crédito para aquisição de habitação, mas também o crédito ao consumo e o recurso ao crédito para educação e formação nos primeiros anos da vida adulta, prevendo-se que, com o passar dos anos os rendimentos excedam as despesas, ficando o consumidor com uma maior capacidade de solvabilidade.

Frade, Lopes, Jesus e Ferreira (2008) *apud* Cardif (2005) num estudo efetuado sobre a tendência para o recurso ao crédito, tendo por base diversos países, identifica que 60% dos portugueses recorre ao crédito como solução prática para financiar as suas necessidades, trata-se de um valor muito próximo dos 61% da média mundial e dos 63% da média europeia. Ainda assim, são diversos os motivos que originam o recurso ao crédito sendo-lhes dados destinos diferentes, 86% dos créditos destinam-se a aquisição de imóvel, seguidos de 82% para fazer face a serviços médicos, 65% destinam-se a crédito com educação e formação, 58% destina-se a obras e por fim, apenas 9% recorre ao crédito com a finalidade de viajar ou pagar férias.

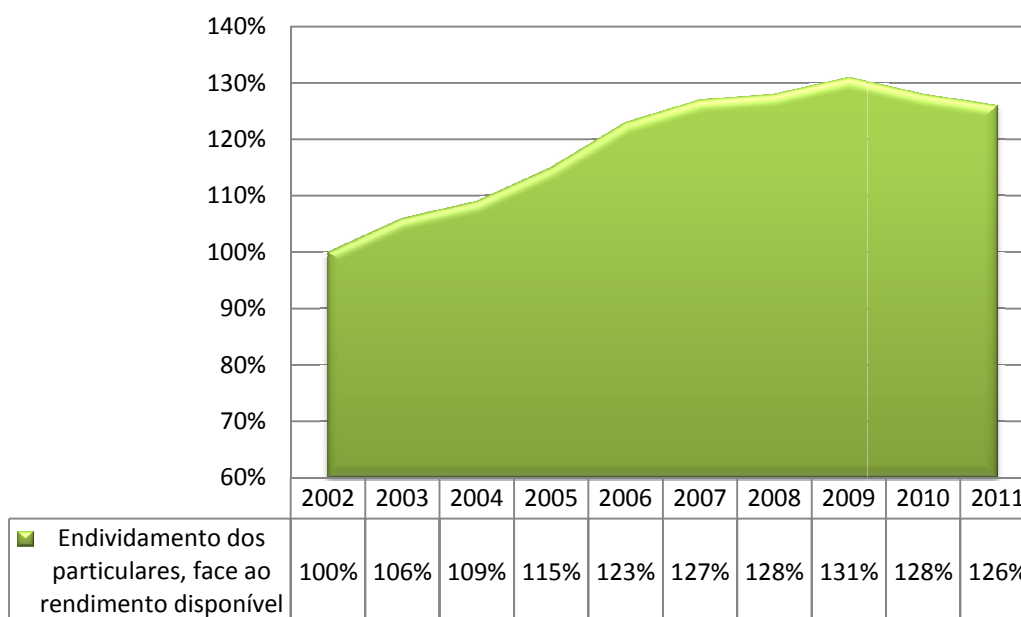


Figura 4.3 Endividamento dos particulares face ao rendimento disponível

Fonte: adaptado de Banco de Portugal – Relatório de Estabilidade Financeira, Maio 2012 e Maio 2011 e INE – Indicadores Sociais 2008

No período compreendido entre o ano de 1990 e o ano 2011, Portugal passou de uma taxa de endividamento sobre o rendimento disponível de 18%, em 1990, para uma taxa de 126%, em 2011, Figura 4.3.

Portugal atingiu uma das taxas mais elevadas em toda a União Europeia, tendo alcançado um valor de endividamento de 131% do rendimento disponível no ano 2009. Este aumento da taxa de endividamento relaciona-se com as condições económicas favoráveis associadas à expansão do mercado de crédito, à descida das taxas de juros, ao aumento do rendimento disponível e ao decréscimo da taxa de desemprego. A tendência, na última década, está direcionada para o abrandamento do endividamento especialmente no crédito ao consumo Frade [et al.] (2008).

Recorrendo a dados estatísticos mais recentes, podemos analisar a evolução no nível de endividamento dos particulares, face ao rendimento disponível. Desde os anos 90 que assistimos ao crescente endividamento das famílias Portuguesas, atingindo em 2002 praticamente a totalidade do rendimento disponível, verificando-se que a taxa de endividamento atingiu os 99,7%, de acordo com os dados estatísticos publicados pelo INE, na edição do Portugal Social 1991-2001. O aumento do nível de endividamento dos Portugueses teve origem, sobretudo, na facilidade das famílias contraírem empréstimos, principalmente para aquisição e/ou construção de habitação. No entanto o recurso ao crédito habitação não foi a única causa do endividamento das famílias

nos anos 90, a expansão do crédito ao consumo foi outro dos motivos do endividamento dos particulares.

Fatores como a subida das taxas de juro, o desemprego, morte ou doença de um elemento do agregado familiar ou divórcio, podem estar na base do endividamento/incumprimento das famílias.

As famílias quando tomam a decisão de adquirir um determinado bem que vá originar o seu endividamento, devem ter definidos os prazos para reembolso do crédito, os quais estão relacionados com o encargo mensal que as famílias podem suportar. Ao contraírem um empréstimo as famílias devem analisar a capacidade para saldar as suas dívidas, considerando os rendimentos que têm no presente e a expectativa de rendimentos futuros.

Uma maior oferta por parte do setor bancário e o aumento da concorrência do mesmo, originou um maior recurso ao crédito, disponibilizando ao consumidor um leque diversificado de produtos de crédito. As taxas de juro reduzidas e menos voláteis transmitiram uma maior estabilidade aos particulares no momento em que recorreram ao crédito bancário. A redução de encargos relacionados com a concessão de crédito bancário, foi outro dos fatores preponderantes na negociação dos respetivos créditos. Toda esta oferta por parte do setor bancário originou uma relação de maior proximidade entre o cliente e a instituição financeira. Os clientes passaram a adquirir mais serviços bancários, como é o caso da utilização da conta ordenado e de cartões de crédito, no entanto a utilização inconsciente destes dois produtos pode ter consequências desastrosas na gestão do orçamento familiar.

Segundo o Inquérito aos bancos sobre o mercado de crédito – Abril 2012, face ao crédito concedido aos particulares, concluiu-se que estão presentes no mercado restrições no que concerne à concessão de crédito bancário, especialmente no crédito habitação, que passou a ser mais limitado devido a restrições de balanço dos bancos e agravamento dos custos de financiamento. Estas restrições traduziram-se na aplicação de *spreads* mais elevados, maior exigência quanto ao rácio entre o valor do empréstimos e a respetiva garantia. Todas as instituições inquiridas identificam o decréscimo da procura de crédito habitação face ao trimestre anterior.

A situação financeira dos particulares, de acordo com o Relatório de Estabilidade Financeira – Maio 2012, foi marcada pela deterioração do mercado de trabalho, aumento da taxa de desemprego, e decréscimo do rendimento disponível associado à queda das remunerações e conseqüente agravamento da carga fiscal, Figura 4.4.

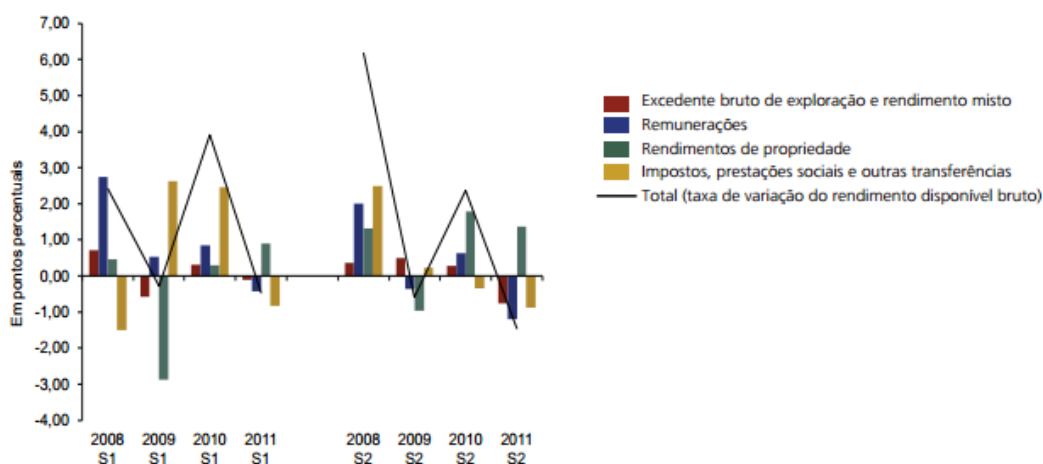


Figura 4.4 Variação do rendimento disponível bruto dos Particulares

Fonte: INE em Relatório de Estabilidade Financeira – Maio 2012 - BdP

A partir do segundo semestre de 2011, assistiu-se a um abrandamento mais acentuado dos empréstimos concedidos a particulares. A incerteza quanto ao rendimento futuro dos particulares tem impacto negativo na procura de crédito, sobretudo a longo prazo.

No que respeita à capacidade de financiamento e taxa de poupança dos particulares, em 2011, estes valores foram relativamente inferiores face ao ano anterior. As famílias estão a ajustar as suas necessidades de consumo num contexto de redução de rendimentos e incerteza face ao futuro, o que por outro lado impulsiona a poupança como precaução.

O montante de endividamento dos particulares, como já foi referido, tem vindo a decrescer nos últimos anos, no entanto os valores atingidos são consequência do excessivo recurso ao crédito tido em anos anteriores. Ainda assim, mesmo com o visível decréscimo face a 2011, Figura 4.5, o nível de endividamento continua muito elevado.

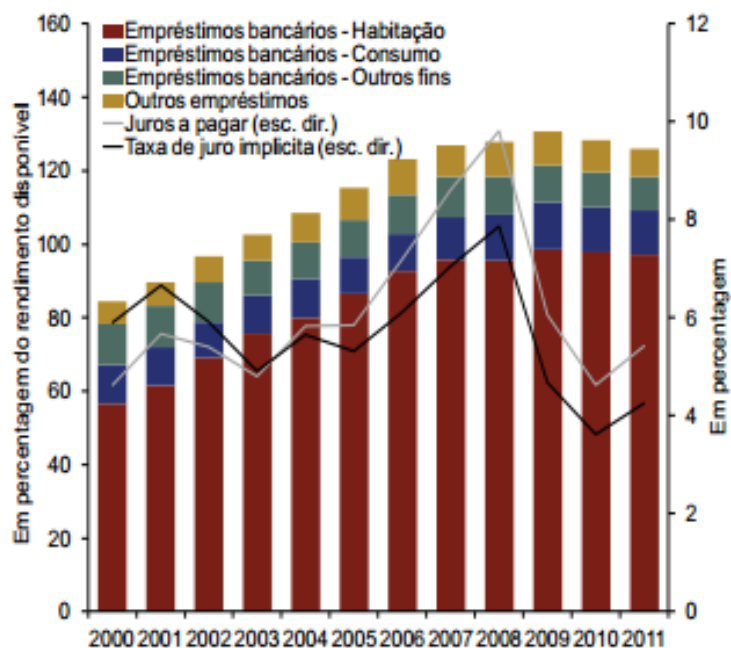


Figura 4.5 Posições do Endividamento dos Particulares

Fonte: INE e Banco de Portugal em Relatório de Estabilidade Financeira – Maio 2012

A utilização inconsciente de produtos como o cartão de crédito, associado a fatores inesperados podem originar uma situação de incumprimento, um problema de saúde inesperado ou até mesmo uma mudança na situação laboral, cortes no vencimento, ou ainda uma situação de desemprego.

Quando falamos em incumprimento e tendo por base os dois tipos de crédito mais relevantes desta análise, o crédito habitação e crédito ao consumo, verificamos comportamentos algo distintos no incumprimento destes dois tipos de crédito. Ao analisarmos o Quadro 4.6 constatamos que existe uma maior taxa de incumprimento no que respeita a crédito ao consumo e outros fins, do que no crédito habitação. Os dados obtidos para Maio de 2012 mostram-nos que relativamente ao crédito ao consumo e outros fins 17,40% estão em incumprimento, relativamente ao crédito habitação são 6,30% os créditos que estão em incumprimento. De acordo com o Quadro 4.6 verificamos que desde 2010 a percentagem de empréstimos em incumprimento tem vindo a aumentar tanto no crédito habitação como no crédito ao consumo e outros fins. As famílias estão com mais dificuldades em fazer face aos seus compromissos, numa razão inversa estão os montantes de crédito concedido sejam eles destinados à habitação ou para consumo de outro tipo de bens. Estamos a assistir a um abrandamento na obtenção de crédito bancário, com a taxa de desemprego a aumentar e as famílias portuguesas a serem cada vez mais sacrificadas no combate da crise financeira e económica que se faz sentir no nosso

país. Também o cenário de incerteza, o aumento do incumprimento do crédito bancário e a deterioração das remunerações obtidas, estão a fazer com que as instituições financeiras implementem outras restrições na concessão de crédito bancário, a análise dos processos de financiamento passaram a ser mais exaustivos, o receio de incumprimento é maior.

Quadro 4.6 Empréstimos concedidos pelo setor financeiro e Empréstimos em incumprimento

Empréstimos concedidos pelo setor financeiro a Particulares		Habituação	Consumo e outros fins	
Dez-10		155.507	119.936	
Mai-11		154.953	120.270	
Dez-11	saldos em fim de período 10 ⁶	152.152	119.120	
Abr-12		149.662	117.832	
Mai-12		149.084	117.542	
Dez-10			1,30	1,80
Mai-11		taxa de variação homóloga - tvh - em percentagem	-0,30	0,70
Dez-11	-2,20		-0,70	
Abr-12	-3,60		-2,10	
Mai-12	-3,80		-2,30	
Empréstimos em incumprimento de Particulares		Habituação	Consumo e outros fins	
Dez-10		1,90	8,50	
Mai-11		1,90	9,10	
Dez-11	rácio de crédito vencido há mais de 30 dias, em percentagem	2,00	10,50	
Abr-12		2,10	11,20	
Mai-12		2,10	11,40	
Dez-10			5,30	15,10
Mai-11		devedores com crédito vencido em percentagem	5,60	15,80
Dez-11	5,70		16,10	
Abr-12	6,40		17,40	
Mai-12	6,30		17,40	

Fonte: Boletim Estatístico Junho/2012 Banco de Portugal

4.3 Incumprimento e endividamento

4.3.1 Notícias de endividamento

Para melhor ilustrar a preocupação do endividamento vamos refletir sobre algumas notícias publicadas em jornais, num horizonte temporal de aproximadamente dez anos.

Assim, no jornal Independente de 30 de outubro de 1998, foi noticiado que “Cada vez mais endividados”, anexo II, esta notícia refere-se ao aumento de crédito ao consumo concedido a particulares. Aquisições como automóveis novos ou usados, equipamento informático e mobílias podem estar na origem do recurso ao crédito, as pessoas querem ter hoje, para pagar amanhã.

Em 19 de fevereiro de 1999, o Diário Económico publica uma notícia que diz que o “Endividamento das famílias continua a aumentar”, anexo III, dados disponibilizados pelo BdP, através do Boletim Económico publicado em Dezembro, revelam que o endividamento das famílias portuguesas continuava a aumentar representando 45,6% do Produto Interno Bruto (PIB) e 65,2% do rendimento disponível, o aumento verificado neste período pode ser explicado, sobretudo com a redução das taxas de juro, pelo aumento do rendimento disponível e pela redução da taxa de desemprego. O volume do crédito habitação cresceu 32,9% em apenas nove meses do ano de 1998, enquanto o volume do crédito para outros fins teve um aumento de 29%.

No Diário Económico de 18 de março de 1999, o “INE lança alerta sobre o endividamento das famílias”, anexo IV, o mercado do crédito habitação tem um papel fundamental no crescimento do endividamento das famílias, mas a maior preocupação prende-se com o aumento exponencial da concessão de crédito ao consumo que é destinado a aquisição de bens como automóveis e eletrodomésticos, as famílias não pensam em poupar para satisfazer as suas necessidades, mas recorrerem ao crédito, confiantes da sua situação financeira.

O Semanário Económico de 29 de abril de 1999, diz que a “Despesa das famílias aumentou 21% entre 1995 e 98”, anexo V, a despesa das famílias começa a sofrer alteração. O consumo de bens relacionados com conforto, lazer e novas tecnologias, aumentou, enquanto o valor de despesas tidas com produtos alimentares decresceu, face ao ano de 1989/90, num período de, aproximadamente 9 anos, ocorreu um decréscimo que ronda os 10% em despesas com produtos alimentares.

Já em 21 de maio de 1999, o jornal Público dizia que “A pesada factura chegará com uma crise”, anexo VI, seria a antevisão da crise que se faz sentir nos dias de hoje? Começavam as preocupações com o crescente endividamento das famílias, que dado o aumento do grau de endividamento passam a estar mais vulneráveis. Programas de esclarecimento financeiro e aconselhamento da gestão do orçamento deviam ter sido postos em prática, para melhor sensibilizar as famílias, para eventuais oscilações de taxas de juro, ou até mesmo situações de desemprego inesperadas, fatores que iriam afetar a sua capacidade de solvabilidade.

O ano de 1999 continuava a ser marcado por notícias sobre o endividamento dos portugueses, no dia 1 de junho desse mesmo ano, o Diário de Notícias refere que os “Portugueses estão mais endividados”, anexo VII. Assistiu-se a um declínio na taxa de poupança dos portugueses, em oposição ao aumento do endividamento.

Em julho do ano 2000, o Semanário Económico afirma que os “Portugueses confiantes continuam a endividar-se”, anexo VIII. A confiança dos Portugueses levou-os a atingir níveis de endividamento e consumo elevados, no entanto a decisão de recurso ao crédito devia ter em consideração a incerteza face ao futuro.

O Diário de Notícias de 17 de novembro de 2004 afirma, com base em dados do BdP, que as “Dívidas das famílias são 118% do salário anual”, consultado 15/07/2012 [em linha]

http://www.dn.pt/especiais/interior.aspx?content_id=1039678&especial=Endividamento&secao=ECONOMIA. O valor de crédito contraído pelas famílias excede o montante dos rendimentos, mesmo assim as famílias continuam a endividar-se. Os anos de 2002 e 2003 foram marcados pelo aumento do desemprego e baixos aumentos salariais, os particulares deviam ter encarado estes acontecimentos como alerta para recuarem face ao consumo, mas continuaram a endividar-se.

Em 2005 notícias como “Crédito rápido faz disparar dívidas” são publicadas no Diário de Notícias, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=630192. O endividamento ao longo dos anos continuou a aumentar e começam a surgir problemas com o pagamento dos créditos. As pessoas reduziram as suas poupanças e algumas recorrem ao crédito, até para aquisição de bens alimentares. Os processos moratórios de concessão de crédito nas instituições bancárias, começam a ser substituídos por recurso ao “crédito rápido”, esquecendo-se ou ignorando as taxas de juro que são cobradas neste tipo de crédito, que se situam entre os 20% e 30%.

Em 2006 o “Crédito malparado dispara no consumo”, Diário de Notícias de 24 de outubro de 2006, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=647789. Apesar da concessão de crédito ao consumo continuar a aumentar, começa a ser preocupante a percentagem de crédito malparado, tendo atingido os 25,8%. Subidas sucessivas das taxas de juro ao longo do ano podem ter estado na origem deste problema. A taxa de juro que se situava nos 2%, no mesmo ano alterou para 3,25%.

Em 28 de agosto de 2007 o Jornal de Notícias publicava que a “Taxa de juro mantém subida mas BCE deixa decisão em aberto”, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=710061. As taxas de juro

continuaram a subir, atingindo o valor mais alto desde dezembro de 2005, 5,101% para os contratos de crédito habitação.

O Diário de Notícias em 5 de novembro de 2008, publicou a notícia o “Endividamento das famílias: uma realidade a crescer”, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.dn.pt/especiais/interior.aspx?content_id=1039685&especial=Endividamento&seccao=ECONOMIA. O nível de endividamento dos portugueses já excedia o rendimento disponível em 29%, mas com a perspetiva de que o valor do endividamento fosse ainda superior, por não estarem incluídos os créditos com ALD, ou até mesmo a utilização de cheques pré-datados.

“Famílias portuguesas têm menos rendimento disponível” é o tema da notícia do dia 30 de Dezembro de 2009 do Diário de Notícias, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.dn.pt/inicio/economia/interior.aspx?content_id=1458190. O decréscimo de rendimentos sentido pelas famílias portuguesas em 2009, não se fazia sentir desde meados da década de 90, como consequência desta queda de rendimentos está a desaceleração do consumo e a redução da poupança, começa a tornar-se cada vez mais difícil poupar.

Em 27 de maio de 2010 o “Endividamento dos particulares já representa 138% do rendimento”, Jornal de Notícias, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.jn.pt/PaginalInicial/Economia/Interior.aspx?content_id=1579913. Apesar do número de créditos concedidos ter reduzido substancialmente, os portugueses continuam, excessivamente endividados, e digo excessivamente porque o valor dos seus créditos já ultrapassa em 38% o seu rendimento disponível.

“Processos de endividamento continuam a aumentar”, Diário de Notícias de 28 de abril de 2011, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.dn.pt/inicio/economia/interior.aspx?content_id=1839331. As pessoas perdem a noção das suas responsabilidades, precisam de ajuda na elaboração do seu orçamento familiar. Muitos dos casos de sobreendividamento têm origem na inconsciência de recurso ao crédito ignorando a taxa de esforço, as pessoas perdem a noção dos montantes que têm, ou não, capacidade de reembolsar.

Em 1 de fevereiro de 2012 o Diário de Notícias diz que os “Casos de sobreendividamento aumentaram 60% na DECO”, consultado 15/07/2012 [em linha] http://www.dn.pt/inicio/economia/interior.aspx?content_id=2276703. Isto quer dizer que os casos de endividamento continuam a aumentar, o que faz com que os portugueses procurem ajuda para solucionar os seus problemas financeiros e reequilibrar os seus orçamentos.

4.3.2 Estudo de casos de incumprimento

São diversos os tipos de crédito existentes no mercado bancário, a sua oferta e o que motiva os consumidores a recorrerem ao crédito para satisfazerem as suas necessidades. A oferta de crédito ao consumo, a partir dos anos 90, deu oportunidade aos particulares para adquirirem os bens e serviços desejados, sem que para tal fossem necessários grandes períodos de poupança. A expectativa de rendimentos futuros fez com que as famílias começassem a comprar hoje, para pagar amanhã. O consumo aumentou, a poupança foi reduzida e com o aumento do consumo surgiu o aumento do endividamento.

Para melhor compreendermos esta problemática, pois atualmente existem cada vez mais casos de endividamento, sobre-endividamento e incumprimento, consideramos pertinente identificar alguns casos de famílias com situações financeiras complicadas, uns relatados na primeira pessoa, outros recolhidos de notícias de jornal.

Caso 1 – Endividamento sem incumprimento

Isabel, nome fictício (n.f.), casou com André (n.f.) no ano de 2000, o orçamento familiar neste mesmo ano era composto de acordo com o estruturado no Quadro 4.7. No ano 2005, Isabel e André decidem ter o seu primeiro filho, após cinco anos de casamento. Dois meses antes do nascimento do bebé, sem explicação aparente André sai de casa, deixando Isabel com o orçamento identificado no Quadro 4.7, para esse mesmo ano.

Quadro 4.7 Orçamento familiar de Isabel e André

	Ano 2000	Ano 2005	Ano 2008
Vencimento líquido de Isabel	500,00€	515,00€	550,00
Vencimento líquido de André	650,00€		
Pensão de alimentos		200,00€	deixou de pagar
Total de receitas	1.150,00€	715,00€	550,00€
Pagamento de crédito habitação	-300,00€	-300,00€	-330,00€
Despesas relacionadas com habitação	-100,00€	-100,00€	-100,00€
Creche do bebé		-90,00	-110,00€
Rendimento disponível	750,00€	225,00€	10,00€

Em 2012, a criança tem 7 anos de idade, encontra-se a estudar na escola pública, o abono da segurança social foi retirado pelo que Isabel fez um requerimento a expor a sua situação financeira, o qual aguarda resposta há mais de um ano, enquanto isso

não recebe qualquer abono. Interpôs uma ação judicial em tribunal para tentar que André pague a pensão de alimentos em atraso que é devida ao filho, ou que seja acionada a pensão de alimentos do Estado, para colmatar a falta de pensão de alimentos que André deixou de pagar há quatro anos.

O caso de Isabel podia ser mais um caso de incumprimento, apesar do único crédito que possui ser o crédito habitação, neste caso não existe multiendividamento. No entanto, apenas com o seu vencimento Isabel consegue fazer face a todas as despesas mensais que tem, sem qualquer prestação em atraso ou qualquer pagamento de água ou eletricidade em incumprimento. Isabel conta com a preciosa ajuda de seus pais, encontrando-se o seu pai atualmente reformado, auferindo uma reforma de aproximadamente 600€ e a mãe de Isabel ainda se encontra no ativo a auferir um rendimento médio mensal de, aproximadamente, 650€. Apesar de Isabel fazer todos os esforços para que não fique com nenhum pagamento em atraso, o seu vencimento não chega sequer para comer, então na hora de adquirir os bens essenciais, Isabel vai com os pais ao supermercado escolhe o que precisa e os pais pagam. Esta família junta todas as suas fontes de rendimento para não entrarem em incumprimento, é com imenso esforço que conseguem fazer face a todas as suas despesas, não tendo em atraso qualquer tipo de prestação. E, em meu entender, não foi efetuada nenhuma aquisição supérflua, limitaram-se apenas a adquirir o essencial, como é o caso da habitação.

Caso 2 – Sobre-endividamento e incumprimento

Ana (n.f.) e Manuel (n.f.), um casal com dois filhos. Ana, empregada num hipermercado, tem como rendimento mensal o salário mínimo nacional 485€, Manuel trabalhava numa empresa de construção civil de um seu familiar, auferindo mensalmente um valor aproximado de 1.000€. Como familiar, foi um dos primeiros a ser dispensado quando começou a ser sentida a crise na construção civil. Os dois em conjunto, com um rendimento médio mensal de 1.500€ conseguiam fazer face às suas despesas, entre elas 450€ de crédito habitação, 400€ de um crédito ao consumo e ainda 100€ de um crédito para aquisição de automóvel feito através de aluguer de longa duração (ALD) numa sociedade financeira. Manuel entretanto desempregado e com vencimentos em atraso, vê-se obrigado a emigrar para sustentar a família, enquanto Ana continua em Portugal a trabalhar no hipermercado e a cuidar dos seus dois filhos, um em idade pré-escolar outro na escola primária. O primeiro dos créditos a entrar em incumprimento foi o ALD, o qual originou uma penhora de 1/6 no vencimento de Ana, enquanto isso Ana e Manuel vão fazendo entregas mensais ao

banco, no sentido de serem amortizadas as suas dívidas, as quais se tornam cada vez mais insustentáveis. Ana e Manuel apelam à compreensão da instituição bancária com a qual trabalham, pois têm dois filhos que têm que sustentar, mas a compreensão não lhes serve de muito e os montantes em dívida continuam a aumentar. A situação financeira desta família encontra-se em análise na instituição financeira, a solução proposta é a de passar o crédito ao consumo para parte integrante do crédito habitação, tendo como garantia a hipoteca do imóvel. Foi pedida a carência de capital dos créditos em curso e alargado o prazo de amortização de capital, espera-se desta forma que esta família consiga estabilizar a sua situação financeira.

Caso 3 – Endividamento e incumprimento

Sandra (n.f.) e Filipe (n.f.) no ano 2000 tinham como rendimentos, 600€ e 1.100€ respetivamente, totalizando um rendimento familiar disponível de 1.700€, neste ano tinham como despesas fixas, renda de uma casa alugada no valor de 225€, crédito automóvel no valor de 250€ e encargos mensais com água, gás e eletricidade de 50€. O vencimento de Sandra era o suficiente para fazer face a todas as despesas mensais, o vencimento de Filipe era destinado a jantares e fins-de-semana fora, neste ano o tema poupar para esta família, estava completamente fora de questão.

No ano de 2001, o orçamento desta família melhorou consideravelmente, Sandra passou a auferir um vencimento de 900€ e Filipe recebia mensalmente 1.300€, o que totalizava 2.200€, pelo que decidiram adquirir casa própria com recurso ao crédito habitação, tendo ficado com um encargo mensal de 450€ ao qual se juntavam o crédito automóvel que tinham no ano anterior, no valor de 200€ e os encargos mensais com água, eletricidade e gás que aumentaram para 60€. Ainda assim, mesmo tendo aumentado os seus encargos, o orçamento disponível, após cumprimento de todas as obrigações era aproximadamente 1.500€, o que permitiu que Sandra e Filipe mantivessem o seu estilo de vida, continuando sem preocupação relativamente a poupança. Com um orçamento folgado o ano de 2002 marcou Sandra e Filipe com o nascimento do seu primeiro filho, ainda assim mantiveram o seu estilo de vida, cometendo alguns excessos com roupas e brinquedos para o bebé.

O aumento do agregado familiar originou a aquisição de um automóvel maior, tendo sido mantido o anterior, pelo que deixaram de pagar 200€ de crédito automóvel e passaram a pagar 350€, nesta altura, em 2004, já se fazia sentir o aumento do preço dos bens de consumo, mas ainda assim, esta família mantinha o seu estilo de vida e conseguia manter o seu equilíbrio financeiro.

Em 2005, começam a surgir os primeiros choques no orçamento de Sandra e Filipe. Sandra fica desempregada, passou a receber o subsídio de desemprego durante 30 meses exatamente no mesmo valor que auferia anteriormente, 900€. O crédito habitação teve uma alteração significativa na prestação mensal, devido às variações das taxas de juro, tendo atingido o valor mensal de 700€ aos quais se acresciam a creche da criança, onde pagavam 200€, os dois créditos automóvel no valor de 350€ e os outros encargos relacionados com a habitação que rondavam os 100€. De um orçamento disponível de aproximadamente 1.500€ em 2002, passaram para um orçamento disponível de 850€, sofreram uma redução de aproximadamente 40% no orçamento mensal. No ano 2007, o que parecia ser uma solução de otimização dos créditos bancários foi, no meu entender, o início do processo de incumprimento. Sandra e Filipe decidiram mudar de instituição bancária com a finalidade de negociar melhores condições para o crédito habitação, mas não fizeram a transferência de crédito por si só e pediram um acréscimo de capital com o objetivo de liquidar o crédito automóvel ainda em curso. O encargo mensal com o crédito habitação passou de 700€ para 500€ e, supostamente sem o encargo do crédito automóvel que seria totalmente amortizado. Mas não foi isso que aconteceu, o dinheiro com destino à amortização do crédito automóvel permaneceu na conta à ordem, a prestação manteve-se inalterada e o dinheiro foi-se gastando. Mesmo com a mudança de instituição bancária, quando Sandra se apercebeu já o encargo mensal atingia novamente os 700€, desconheço as condições negociadas, mas penso que este aumento foi originado pelos consecutivos aumentos da taxa de juro verificados entre 2007 e 2008.

No ano 2008 Sandra chega ao final dos 30 meses de desemprego, pelo que se tornou urgente arranjar um emprego, sem outra alternativa Sandra vai trabalhar para um *call-centre*, onde auferia mensalmente 500€, nesta altura o orçamento familiar deste casal sofreu mais um impacto desfavorável, não só Sandra passou a receber menos, como passou a ter despesas com a sua deslocação para o emprego, gastando 60€ em transportes públicos, foram obrigados a abrandar o consumismo tido até então. Nesta altura, e considerando o estilo de vida de Sandra e Filipe, começou a ser complicado fazer face a todas as despesas, e em casos de extrema necessidade, recorriam ao uso do cartão de crédito. Neste mesmo ano, Sandra muda de emprego, passando a auferir um rendimento mensal de 900€, exatamente o mesmo que recebia quando se encontrava desempregada, no entanto, a distância entre o novo emprego e a sua residência, obrigava Sandra a despende de, aproximadamente, 300€ em combustível e portagens. Mas as mudanças na vida de Sandra e Filipe não ficavam por aqui, em Setembro, o filho, já em idade escolar começa a frequentar a escola pública primária e

Sandra e Filipe divorciam-se, e nesta fase sim, começam as sérias complicações a nível financeiro. Sandra e o filho mudam-se para casa de um familiar. Em agosto de 2009, Sandra deixa de trabalhar por conta da empresa de trabalho temporário e passa, a ter contrato de trabalho com a empresa na qual estava a trabalhar, motivo que originou uma redução de 200€ no seu vencimento. Sandra recebe mensalmente 700 € e gasta 300€ em transporte. Em Novembro de 2009, Sandra viu-se obrigada a sair da casa do familiar e alugou uma casa para viver com o filho, mais próxima do emprego, de forma a reduzir os custos com as suas deslocações. A renda da casa alugada era de 400€ acrescida de 40€ de encargos mensais com água, eletricidade e gás, a pensão de alimentos acordada com Filipe era de 150€ que este pagava apenas “quando lhe dava jeito”, palavras de Sandra. Vendo-se com os seus recursos financeiros tão limitados, Sandra recorreu ao Centro de Ajuda Comunitária de Carcavelos, onde quinzenalmente ia buscar bens alimentares. Para Sandra acabou-se o consumismo, os jantares fora de casa e os fins-de-semana de lazer. Com a separação, Filipe foi quem ficou com o automóvel e a casa onde ambos residiam, ficando também responsável pelas despesas dos dois bens. No ano de 2010, Sandra teve conhecimento que as prestações do crédito habitação, do qual ainda era titular conjuntamente com Filipe, estavam em atraso, começou também a aperceber-se de montantes em dívida relacionados com cartões de crédito dos quais eram ambos titulares, pelo que Sandra continuava com responsabilidade sobre os mesmos, da mesma forma que também era responsável pelo não pagamento das prestações em atraso relativamente ao crédito habitação. Neste momento Sandra tem o seu nome no cadastro da Central de Responsabilidades de Crédito (CRC) do BdP. Em 2011, Sandra com uma situação financeira muito débil, originada pelo consumismo de anos anteriores e pelo incumprimento das responsabilidades, que no seu entender deveriam ser suportadas por Filipe, uma vez que o acordado aquando do divórcio seria que este ficava com os bens, mas também com as responsabilidades sobre os mesmos, deixa de conseguir suportar as suas despesas e decide emigrar. Atualmente Sandra encontra-se a trabalhar fora do país, tem a seu cargo o filho de ambos, e tenciona equilibrar a sua situação financeira para que possa voltar a Portugal e continuar a sua vida sem o receio de ver o seu vencimento, ou até mesmo a sua conta bancária penhorados.

Vamos tentar perceber a origem do endividamento desta família e os vários fatores que estiveram na origem do incumprimento face às suas responsabilidades. Este casal quando contraiu os créditos tinha um orçamento financeiro que lhes permitia, para além de garantir as suas responsabilidades, fazer algumas extravagâncias, o consumismo prevalecia à poupança, não davam grande importância ao futuro, e se

tinham dinheiro era para gastar. No entanto, com o passar dos anos, a situação começou a complicar-se, o recurso ao cartão de crédito para aquisição de bens desnecessários, juntamente com o crédito habitação e o crédito automóvel começaram a ser insustentáveis, da mesma forma que uma situação de desemprego inesperada, bem como a alteração no agregado familiar devido ao divórcio, tiveram um contributo preponderante no endividamento e conseqüente incumprimento. Com o divórcio, devia ter ocorrido a separação dos bens em comum e a regularização dos respetivos créditos, mas as dificuldades impostas pela instituição financeira, na alteração do crédito habitação, fez com que Sandra e Filipe, mantivessem o crédito em conjunto, sendo da responsabilidade do Filipe o pagamento das rendas mensais. O acordo foi feito verbalmente, Sandra como cotitular do crédito tem exatamente a mesma responsabilidade que Filipe no pagamento das prestações atrás referidas.

Como conclusão podemos encontrar uma relação entre estes três testemunhos de endividamento, entre o primeiro caso e o terceiro, verificamos que o endividamento teve origem com o processo de divórcio, as famílias passaram a depender de menos recursos monetários, Isabel e Sandra, atualmente, sustentam os seus filhos sem qualquer apoio dos seus progenitores. O segundo caso de endividamento relaciona-se com o terceiro na medida em que ocorreu uma situação de desemprego o que dificultou o pagamento de alguns créditos, tanto Ana e Manuel como Sandra estão em incumprimento para com as instituições bancárias nas quais têm os seus créditos a decorrer. Os baixos rendimentos ou até mesmo a ausência destes, fez com que Manuel, do caso 2, e Sandra, do caso 3, emigrassem, com o objetivo de saldarem as suas dívidas e de proporcionarem uma vida melhor aos seus filhos. O caso de Isabel, caso 1, é apenas de endividamento, não existindo incumprimento em nenhuma das suas responsabilidades, o que só é possível porque Isabel conta com a ajuda financeira dos seus pais.

Os casos de endividamento e dificuldades financeiras abaixo indicados foram retirados de uma notícia publicada pelo jornal Publico datada de 12/07/2010.

Caso 4 – Desemprego na origem da alteração dos hábitos de consumo

O reflexo de José António Soares diz-lhe que a vida mudou. Mudou de uma forma "monstruosa". Hoje, aos 67 anos, é um homem que reprova o consumismo sem regra. "É uma doença, uma droga como outra qualquer", diz. Mas nem sempre foi

assim. Até há oito anos, este homem conduzia carros topo de gama, vivia numa quinta com a mulher e gastava milhares de euros por ano a jogar golfe e em bens culturais. Tinha rendimentos mensais de 8000 euros, excluindo outras regalias, como os prémios de gestão e o automóvel de serviço. Era director-geral de uma multinacional de origem sueca, que ajudou a instalar em território nacional.

Em 2002, o grupo IFS tomou uma decisão radical. Era preciso reduzir custos e uniformizar a operação a nível ibérico. De um dia para o outro, Portugal deixou de fazer parte dos planos e o gestor ficou sem emprego. Recorda-se de ter sentido "um choque". Na altura, começava a notar-se, ainda ao de leve, a fuga de multinacionais do país, mas "o negócio corria bem. Não se tratou de falta de clientes", assegura. A crise tem vindo a despertar mais casos de empresas internacionais que trocam o mercado nacional por terrenos mais competitivos ou que simplesmente dão por terminada a actividade.

No caso de José António, o encerramento da empresa foi apenas o princípio do fim da vida que levava. Saiu em conflito com a administração e, depois de um processo que se arrastou anos a fio nos tribunais, o salário ao fim do mês não foi o único conforto que perdeu. "Não recebi um cêntimo de indemnização, apesar de ter movido um processo contra a empresa por despedimento ilícito", conta.

Como estava a chegar aos 60, decidiu-se pela reforma antecipada. Ganharia menos, é certo, mas teria tempo. "Tempo para apreciar a vida em família, cultura, viagens. Tempo para mim", imaginou. A pensão que recebe, desde então, é muito inferior à remuneração de director-geral. De 8000 passou para 2000 euros mensais. Muito acima da média nacional, mas muito abaixo daquilo a que estava habituado. "Sei que, se olhar em volta, não me posso queixar, mas é tudo uma questão de perspectiva", diz.

A redução de orçamento obrigou-o a tomar medidas drásticas. Tornou-se insustentável pagar a prestação do crédito à habitação da quinta onde morava com a mulher. Por isso, decidiu desfazer-se da casa e mudou para um apartamento arrendado, onde também vive a sua mãe. A mais-valia realizada com a venda do imóvel, 80 mil euros, serviria como garantia de uma vida desafogada, "caso fosse novamente apanhado na curva", pensou. Os conselhos de um sobrinho, que trabalhava no Banco Privado Português (BPP), levaram-no a depositar todas as poupanças na instituição financeira. "O resto da história já se sabe. Perdi o dinheiro todo porque foram à falência. Ainda estou a lutar para ter de volta aquilo que é meu", lamenta.

Os últimos anos de vida de José António dariam para contar uma "história de azares", como o próprio a descreve. Mas o azar, e a sorte, nunca caminham sozinhos. Também neste caso as circunstâncias que contam a história deste reformado fazem parte de uma circunstância maior. Foi a crise nas contas da

multinacional sueca, afectadas por uma crise na indústria, que ditou o encerramento da operação em Portugal. E foi a crise no BPP, provocada pela crise financeira e pela impossibilidade de pagar os investimentos de retorno absoluto, que fez desaparecer as suas poupanças.

Este testemunho difere um pouco dos testemunhos anteriores. Nos casos mencionados anteriormente qualquer uma das famílias pertencia à classe social média baixa, enquanto neste caso o Sr. José Soares tinha uma vida de luxo, entre possuir uma quinta, carros topo de gama, o investimento em bens culturais e jogos de golfe. Mas a sua vida “desmoronou” quando menos esperava, quase com 60 anos, o Sr. José Soares viu-se numa situação de desemprego que originou uma redução significativa no seu orçamento mensal que passou de 8000€ para 2000€, o que fez com que fosse obrigado a alterar os seus hábitos de consumo, mais uma vez esta situação foi originada por um fator económico, desemprego, que continua a crescer.

Caso 5 – Uma família rica que passou a endividada

Carlos Figueiredo (nome fictício) conhece bem esta realidade. Depois de ter erguido um império na construção civil, viu-o desabar, como se de um castelo de cartas se tratasse, em apenas dois anos. Tinha imóveis espalhados um pouco por todo o país e “vendia-os com lucro”, até que o mercado imobiliário entrou em colapso, por causa dos preços inflacionados, da diminuição do poder de compra e das dificuldades de acesso ao crédito bancário. “Nunca pensei que isto acontecesse, tanto que, tudo o que ganhava, investia. Não tinha grandes poupanças”, conta.

Foi em 2008 que começou a perceber que o negócio não sobreviveria. As dívidas à banca começaram a acumular-se e os imóveis continuavam à espera de compradores, de quaisquer compradores, aos quais chegou a oferecer descontos de 30 por cento. De empresário de sucesso passou a “perseguido por cobradores”. De homem rico a homem endividado, com créditos de cinco milhões de euros. No início do ano passado, disse basta. “Todos os dias tinha pessoas a pedirem-me dinheiro à porta de casa, os telefones não paravam de tocar, deixavam-me bilhetes, recados aos vizinhos”, recorda. Pediu a insolvência das três empresas de construção que detinha e enquanto pessoa singular está, actualmente, a pagar as dívidas faseadamente.

Até a crise lhe bater à porta, retirava rendimentos de 5000 a 6000 euros mensais com a actividade. Hoje, o rendimento do agregado familiar (que inclui o salário da mulher) não ultrapassa os 1300 euros. E a este montante, que tem de ser

comunicado ao juiz que está a acompanhar o processo de insolvência, é depois subtraída uma percentagem para pagar aos credores. Assim será durante cinco anos - o período estipulado para o plano de pagamentos. "É difícil, mas é a única forma de os ressarcir, porque todos os imóveis que tinha já passaram para os bancos. Pelo menos, vivo mais descansado. Não tenho de andar a trocar de número de telefone para fugir às ameaças dos cobradores", conclui.

O testemunho de Carlos Figueiredo n.f., deve ser comum a muitos outros construtores civis, que com a crise que se faz sentir no mercado imobiliário sentiram um grande impacto no seu estilo de vida. Habitados a uma determinada posição social, possível com os rendimentos obtidos neste ramo. Para as pessoas que se encontram inseridas na classe social média alta, o choque sentido com a alteração da sua situação financeira é superior ao sentido pelas pessoas que se inserem numa classe social mais baixa, ao compararmos o testemunho de Carlos com o de Isabel do Caso 1, verificamos que enquanto Isabel organizou o seu orçamento mensal sem a possibilidade de cometer grandes excessos, pois o rendimento de que dispunha mensalmente, mesmo ainda quando era casada era relativamente baixo, contudo conseguia fazer face às suas despesas mensais mas sem extravagâncias. Carlos por outro lado, estava habituado a uma vida desafogada pois o seu orçamento mensal, na ordem dos 5.000€ assim o permitia. Para solucionar o problema de multiendividamento, Carlos decidiu pedir a insolvência das suas empresas, «O processo de insolvência é um processo de execução universal que tem como finalidade a liquidação do património de um devedor insolvente e a repartição do produto obtido pelos credores» artº 1º do Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas (CIRE). Todos os imóveis foram entregues ao banco e, enquanto pessoa singular, foi-lhe definido um plano de pagamentos com duração de cinco anos, este montante é deduzido ao rendimento mensal atual de que dispõem Carlos e sua esposa, no valor de 1.300€.

Caso 6 – Endividamento psicológico

Carlos, de 55 anos, diz que hoje vive "com as unhas cortadas, com a pele esticada". A família, que é composta por quatro filhos, teve de se mudar da vivenda onde moravam há 13 anos e arrendar um apartamento mais pequeno. As crianças saíram do colégio privado e, agora, estudam numa escola pública. Deixaram de ter dois carros, um Mercedes e um Toyota, e agora andam de Fiat. Há muitas inibições nas compras de supermercado e no lazer. E as férias são apenas lembranças do passado.

"Isto mexe muito com a família", avisa o antigo empresário. Mexe com a família e com ele, que admite ter pensado em suicidar-se. Está a ser acompanhado por médicos para combater o estado depressivo a que chegou. Apesar de todos os meses ter de entregar os frutos do seu trabalho a terceiros, foi na insolvência que encontrou a saída possível. Uma pesquisa na Internet levou-o ao site www.endividamento.pt, um dos muitos que têm surgido nos últimos tempos e que prestam apoio a pessoas que estão mergulhadas em dívidas. Mais um fenómeno dos tempos.

Foi nesta plataforma, gerida pela Associação Portuguesa para a Observação, Investigação e Apoio na Reeducação em Matéria de Endividamento (APOIARE), que encontrou as respostas que procurava. Contactou-os e foi encaminhado para um advogado especialista em insolvências. Sónia Varela, presidente da associação, nota que "há cada vez mais pessoas de classes mais altas envolvidas nestes problemas" e que os pedidos de ajuda de pessoas com rendimentos mais elevados "têm aumentado". A responsável explica que isto acontece porque "têm mais dificuldade em pedir ajuda a tempo, por vergonha" e porque "não querem abdicar do nível de vida a que estão habituados".

O caso de Carlos, mais um empresário que estava habituado a um determinado estatuto social, mas com a crise financeira foi mais um dos afetados, não só financeiramente, mas também psicologicamente. As dificuldades financeiras originaram incumprimento, o que levou Carlos a pensar em suicídio. Foi, também, da declaração de insolvência, à semelhança do caso anterior, que encontrou parte das soluções para o seu problema, viu-se obrigado a privar os seus filhos da frequência do colégio privado, passando a frequentar a escola pública, as compras no supermercado passaram a ser apenas as indispensáveis e o lazer deixou de existir.

Estes testemunhos são de extrema importância para a perceção do impacto que o tema endividamento tem, atualmente, na situação económica e financeira das famílias. É importante referir que a preocupação do endividamento, não só dos particulares, mas também das empresas, tem sido constante ao longo dos anos.

O objetivo deste capítulo é o de transmitir aos utilizadores desta dissertação quais os motivos que estão na origem de um processo de endividamento. A nossa decisão de consumir um determinado bem ou serviço, pode estar diretamente relacionada com o

endividamento. O fenómeno do consumo deve ser controlado de forma a evitar situações de incumprimento verificadas num grande número de agregados familiares.

A inconsciência de contrair um determinado crédito, muitas das vezes desnecessário, aliada a fatores económicos que nos são completamente alheios, na medida em que não podem ser controlados por nós, como variações das taxas de juro, uma situação de desemprego inesperada ou até mesmo uma redução no vencimento mensal. Os cortes nos vencimentos e subsídios de natal e férias, dos funcionários da função pública, afetam a capacidade de solvabilidade das famílias, o que faz com que as mesmas procurem ajudam.

Para utilidade de qualquer utilizador deste estudo, podem ser recomendados alguns dos sítios onde os particulares podem recorrer para pedir ajuda na resolução dos seus problemas financeiros. Podem recorrer ao mais recente sítio da *internet*, sob a gestão conjunta do BdP, Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) e Instituto de Seguros de Portugal (ISP), denominado de Portal Todos Contam, localizado em www.todoscontam.pt. O objetivo deste portal é o de esclarecer e prestar auxílio aos consumidores em questões de natureza financeira, direcionando-os para uma maior responsabilidade ao contraírem crédito, não descurando a literacia financeira.

Este portal encontra-se dividido em sete grupos, todos eles de interesse para os particulares, encontrando-se a abordagem de temas como:

- o planeamento do orçamento familiar no qual se inserem esclarecimentos para a gestão das dívidas dos particulares e gestão do orçamento;
- fazer pagamentos, onde são dados esclarecimentos relativamente a todos os meios de pagamento, incluindo cartões de crédito e alerta para os custos associados, nomeadamente taxas de juro cobradas pela sua utilização, ou até mesmo as respetivas anuidades;
- poupar e investir, no lado da poupança sensibiliza as famílias para a sua importância, seja com o objetivo de adquirir um determinado bem no futuro ou salvaguarda de uma situação inesperada face ao futuro, como uma possível situação de desemprego. No lado do investimento alerta as famílias para os diversos produtos financeiros existentes e a importância da análise dos mesmos antes de investir;
- criar uma empresa, indica quais os procedimentos iniciais a serem tidos em consideração para a implementação de uma nova empresa;
- contrair crédito, este ponto esclarece a importância do recurso ao crédito para adquirir bens, não descurando a importância do reembolso dos mesmos, alertando para o facto de que a decisão de contrair um crédito deve ser bem

ponderada e o crédito deve ser efetuado apenas se for indispensável. Alerta também para a importância da análise que o impacto que um novo crédito terá no orçamento familiar;

- fazer um seguro, explica a importância de contratar uma apólice de seguro, seja para garantir o crédito habitação ou outros tipos de crédito, ou até mesmo seguros de responsabilidade civil ou seguro automóvel;
- prevenir a fraude, indica quais os cuidados gerais que devem ser tidos em consideração para evitar a fraude, alerta para os perigos da utilização de dados bancários através da *internet*.

Outro dos sítios da *internet* que se disponibilizou a prestar apoio aos portugueses em situação de endividamento é Associação Portuguesa para Observação, Investigação e Apoio na Reeducação em Matéria de Endividamento (APOIARE), disponível em www.apoiare.pt. Esta associação sem fins lucrativos tem como objetivo prestar apoio a famílias endividadas prestando-lhes apoio técnico para que possam resolver os seus problemas. Os serviços prestados têm por base a análise do orçamento familiar, a avaliação do grau de endividamento, avaliação psico-social e definição de um plano de negociação das condições de reembolso aos credores, Plano de Recuperação Económico-Social (PRES).

O Gabinete para a Resolução Alternativa de Litígios (GRAL), também disponível em www.gral.mj.pt. Um dos objetivos deste gabinete, é o de prestar apoio ao endividamento, através da elaboração de planos de pagamentos. Ainda numa dependência direta do GRAL estão os centros de arbitragem, anexo IX, que prestam serviços de mediação e conciliação aos cidadãos. Os centros de arbitragem encontram-se dispersos em todo o território nacional, de forma a prestar auxílio da resolução de litígios.

Também com a finalidade de prestar apoio aos particulares endividados e sobreendividados, foi criado, por iniciativa do Governo, em parceria com o Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG) o portal do Gabinete de Apoio ao Sobreendividamento (GOEC) que deriva no portal do consumidor em www.consumidor.pt no setor de endividamento. Este portal surgiu com o objetivo de prestar aconselhamento aos agregados familiares em situação de endividamento e também desenvolver ações de formação, de forma a impulsionar a literacia financeira.

Por último, mas não menos importante, de mencionar ao sítio da *internet* da DECO, que se destina a prestar apoio a pessoas com problemas de endividamento. Foi

criado, em 2000, o Gabinete de Apoio ao Sobre-Endividado (GAS), o GAS atua junto dos consumidores com problemas em liquidar as suas dívidas, através da análise das mesmas e intervenção junto dos credores propondo-lhes novos planos de reembolso dos créditos, que sejam passíveis de cumprimento por parte do devedor, permitindo-lhes o equilíbrio da sua situação financeira.

Estas são algumas das instituições onde os particulares se podem dirigir se tiverem problemas em organizar o seu orçamento mensal, quando uma família ou um particular souber ou tiver a noção que vai entrar em incumprimento deve pedir ajuda com a maior brevidade possível e tentar renegociar o reembolso dos seus créditos, pois os juros cobrados por atrasos no cumprimento das suas obrigação, são em regra, muito elevados o que pode originar o grau de endividamento ainda mais elevado.

5. Marketing bancário das instituições de crédito associado ao endividamento das famílias

5.1 O marketing bancário

O conceito de *marketing* é frequentemente abordado no nosso quotidiano, no entanto nem sempre este conceito é aplicado na sua essência, torna-se com isto útil identificar o conceito de *marketing* segundo Lindon, [et al.] (2008: 24) «...como o conjunto dos meios de que dispõe uma empresa para vender os seus produtos aos seus clientes, com rentabilidade.». Porém, esta definição de *marketing* pode enquadrar-se no objetivo de toda e qualquer empresa de produção, em que a sua atividade primordial consiste na produção e conseqüente venda dos seus produtos, de forma rentável. As instituições bancárias não são exceção, se em tempos tinham como atividades, quase exclusivas, a recolha de depósitos mediante o pagamento de um juro e a concessão de empréstimos bancários, atualmente, a sua atividade tem como objetivo gerar dinheiro, e é neste sentido que mais se aproxima das empresas que se destinam à produção. A panóplia de produtos bastante alargada presente nas instituições bancárias, faz com que estas sejam detentoras de produtos que muito facilmente satisfazem as necessidades de todos os seus clientes.

As técnicas de *marketing* são extensíveis a diversos setores de atividade, a Banca não é exclusão, porém face a 1995, ano em que o setor bancário tinha uma relação diferente com o cliente da que tem na atualidade, Bernardo e Torres (1998: 1.5) defendem que «Os grandes Bancos que operavam no mercado, eram nacionalizados e a sua oferta de produtos e serviços, assim como a sua política de preços, era condicionada por regras definidas pelo Banco Central.». No que concerne à liberalização de produtos e serviços esta era restrita, *idid.* «... o negócio dos cartões de crédito tinha uma dimensão reduzida, assistia-se a um forte controlo sobre os plafonds de crédito,...». A atividade bancária resumia-se apenas, à concessão de crédito bancário e serviços de poupança com regras muito bem definidas, os produtos adicionais eram escassos.

O setor bancário tem sofrido alterações a nível do comportamento dos consumidores, da nova regulamentação que tem que ser cumprida e do ambiente em que se insere, extremamente concorrencial, Cota (2000).

Para Ribeiro e Silva (2000: 1.9) «O Marketing na actividade bancária ganha relevância em Portugal fruto do desenvolvimento ocorrido na actividade financeira em meados da década de 80.».

Em 1995, as instituições bancárias eram procuradas pelos clientes com o objetivo de depositarem as suas poupanças, ou em casos de extrema necessidade, recorrerem ao crédito, sendo que os clientes bancários de peso eram as empresas, com elevados montantes para os quais necessitavam de gestão por parte dos bancos, nesta época era reduzida a importância dada aos clientes particulares.

Com o passar do tempo, este cenário sofreu uma grande alteração, o impulsionar da concorrência no sistema bancário português, a inovação tecnológica, a liberalização e desregulamentação da atividade bancária, bem como o lançamento de novos produtos bancários tornaram-se muito mais simplificados. Desde que sejam cumpridos os requisitos impostos pelo BdP as instituições bancárias têm liberdade para implementar e lançar no mercado novos produtos e serviços.

Bernardo e Torres (1998) defendem que os produtos tradicionais e rígidos como a poupança ou operações de crédito deram origem a um leque bastante diversificado, passando os bancos a disponibilizar vários tipos de aplicações a prazo e de aplicações financeiras, o que possibilita aos clientes efetuarem as escolhas mais indicadas para as suas necessidades.

Para Rodrigues (2011), «...a política de marketing deve privilegiar o gosto e necessidades dos clientes, procurando, em simultâneo, que as instituições financeiras obtenham rentabilidade e reputação.» o objetivo do *marketing* é a satisfação das necessidades dos clientes com obtenção de lucro para o fornecedor.

As instituições financeiras quando têm como objetivo o lançamento, no mercado, de um determinado produto ou serviço, devem ter em consideração, em primeiro lugar, o cliente, ou potencial cliente. A elaboração de um plano de *marketing* torna-se imprescindível, pois é através do plano de marketing que são definidos os clientes a atingir e o meio através do qual fazemos o produto chegar ao cliente, de forma a torná-lo atrativo e a fomentar a sua aquisição.

5.1.1 O Plano de *Marketing*

A análise de mercado e meio envolvente constituem pontos fundamentais do plano de *marketing*, Figura 5.1, pois é através desta análise que obtemos informações sobre a concorrência, fornecedores e potenciais clientes, identificando também os fatores que podem influenciar negativa ou positivamente o mercado em que atua.

5.1.1.1 Fase de Diagnóstico

Numa primeira fase, a de Diagnóstico, devemos considerar três factos importantes, tais como a análise de mercado, análise da concorrência e análise da empresa.

Ao fazermos uma análise da concorrência devemos ter resposta para questões como: Quem são os concorrentes? Quais as suas estratégias? Quais os seus objetivos? Quais os seus pontos fortes e fracos? Quais os seus padrões de reação?

A análise dos concorrentes prende-se com a identificação de produtos ou serviços similares e produtos ou serviços que satisfaçam as mesmas necessidades do consumidor, não descurando a sua notoriedade, posicionamento e preço.

A análise da própria empresa permite a identificação dos principais pontos fracos e pontos fortes os quais permitirão a obtenção de vantagem face aos seus concorrentes.

5.1.1.2 Análise SWOT

A análise SWOT permite a identificação de todos os recursos e meios, pontos fortes e fracos para atingir as suas oportunidades, mas também para se salvaguardar das ameaças, dos riscos e dos constrangimentos.

5.1.1.3 Objetivos de Marketing

Nesta fase são definidas as estratégias a seguir e a direção que deverão tomar, quer seja em termos de vendas, quotas de mercado, satisfação de clientes, lucro, publicidade, entre outros. Estas constituem o ponto fulcral da orientação da atividade da empresa, devendo ser claras, realistas, concretas, consistentes, ambiciosas, mas mesmo assim alcançáveis, e repartidas por objetivos de fácil apreensão e transmissão, constituindo a base de avaliação e controlo do desempenho da empresa.

5.1.1.4 Estratégia de Marketing

Após definir os objetivos e estratégias, é fundamental definir qual o papel que a empresa pretende desempenhar no mercado, para isso é necessário definir:

- clientes-alvo – a empresa deve definir qual o segmento-alvo que pretende direccionar a sua atividade, produtos ou serviços;

- fontes de mercado – a empresa deve identificar onde irá buscar os seus clientes para atingir os objetivos definidos. Partindo do pressuposto de que o consumidor deverá renunciar ao uso de outros produtos equivalentes para adquirir a marca da empresa, esta deverá definir, com clareza, quais os produtos com os quais irá concorrer.
- posicionamento – o posicionamento indica o que a marca representa e a forma como se distingue da concorrência, quer seja pela qualidade ou pelo preço. O posicionamento traduz a forma como pretendemos ser vistos pelos clientes, sendo essencial estabelecer e comunicar os benefícios distintos dos produtos oferecidos pela empresa para cada mercado alvo. É de extrema importância que o posicionamento se mantenha coerente, uma vez que representa a imagem que a empresa deseja passar para o consumidor e que irá distinguir o produto dos demais semelhantes.

5.1.1.5 Marketing-Mix

Neste passo, o propósito será o de transformar as estratégias definidas nos pontos anteriores em ações concretas, aplicando-se as sete variáveis do Marketing-Mix conhecidas como os sete P's, em que para além dos tradicionais quatro P's juntam-se mais três, são eles:

- produto (*product*), neste caso serviço que passou a ser visto em função do consumidor. Um serviço pode e deve ser reconhecido não só pela sua substância física, mas também pelo conteúdo simbólico, sendo este último o que, na maioria das situações, o distingue dos demais semelhantes;
- preço (*price*) – é aqui que a empresa deverá definir a sua margem de lucro em relação ao serviço em questão. No entanto, deve ter em conta diversos fatores que influenciam o produto final e devem ser tidos em consideração. Devem ser analisadas as condicionantes externas, nomeadamente, a procura por parte de clientes, os fornecedores existentes, as condições económicas, e a própria oscilação do mercado. No campo interno, há que ter em consideração os custos associados, os objetivos ou mesmo o grau de diferenciação do produto;
- distribuição (*placement*) – na economia atual, a maior parte das empresas não vende os seus produtos diretamente aos consumidores finais, estas utilizam canais de distribuição (armazenistas, retalhistas, etc.). Nesta variável definem-se os canais a serem adotados para escoar os produtos. Para um melhor planeamento e seleção dos canais de distribuição, é necessário uma clara determinação de quais os mercados

alvos e a sua localização geográfica, no caso específico da banca a distribuição dos produtos e serviços é efetuada nos balcões diretamente ao consumidor final;

- comunicação (*promotion*) – trata-se da variável mais importante do Marketing-mix, na medida em que inclui as estratégias de publicidade, relações públicas e promoções, que visam aumentar a venda e a notoriedade dos serviços;
- pessoas (*people*) – trata-se da análise de todas as pessoas envolvidas direta e indiretamente na produção e consumo de um produto ou serviço, sendo que, apenas dessa forma, os empresários conseguem ter uma noção mais objetiva das necessidades dos clientes e atendê-las da melhor forma;
- processos (*process*) - diretamente relacionado com as ações que vamos tomar para alcançar os objetivos de satisfação dos clientes. Os processos estão diretamente ligados à geração de lucros, pois ações bem planeadas e executadas de acordo com o perfil e expectativa dos clientes são vitais para a diferenciação de um negócio para outro;
- evidências físicas (*physical evidence*) - os clientes, cada vez mais exigentes e tendo mais acesso às novidades, procuram hoje pelo especial e exclusivo, pondo fim ao consumo em massa. Assim, todo o planeamento e ações que viermos a elaborar devem estar voltados para obter a atenção do cliente. É a percepção da satisfação das expectativas que o fará voltar para novas aquisições e o tornará um cliente fidelizado.

5.1.1.6 Orçamento

Este passo é fundamental para uma utilização eficaz do plano de marketing. É necessário quantificar todas as ações planeadas para obter uma ideia sobre os gastos a incorrer com o produto.

5.1.1.7 Controlo dos resultados

O controlo das atividades de marketing é fundamental para evitar que estas se tornem ineficazes. Deste modo, é necessário exercer um controlo rigoroso sobre estas, sendo essa a única forma de verificar que a estratégia elaborada é implementada corretamente e quais os aspetos que a empresa possa melhorar no futuro.

5.1.1.8 Atualização do plano

Vivemos numa época em que os mercados estão em constante mudança e, por isso, é importante introduzir ajustamentos frequentes ao nível do plano de um produto, para que este continue a ser útil no futuro.

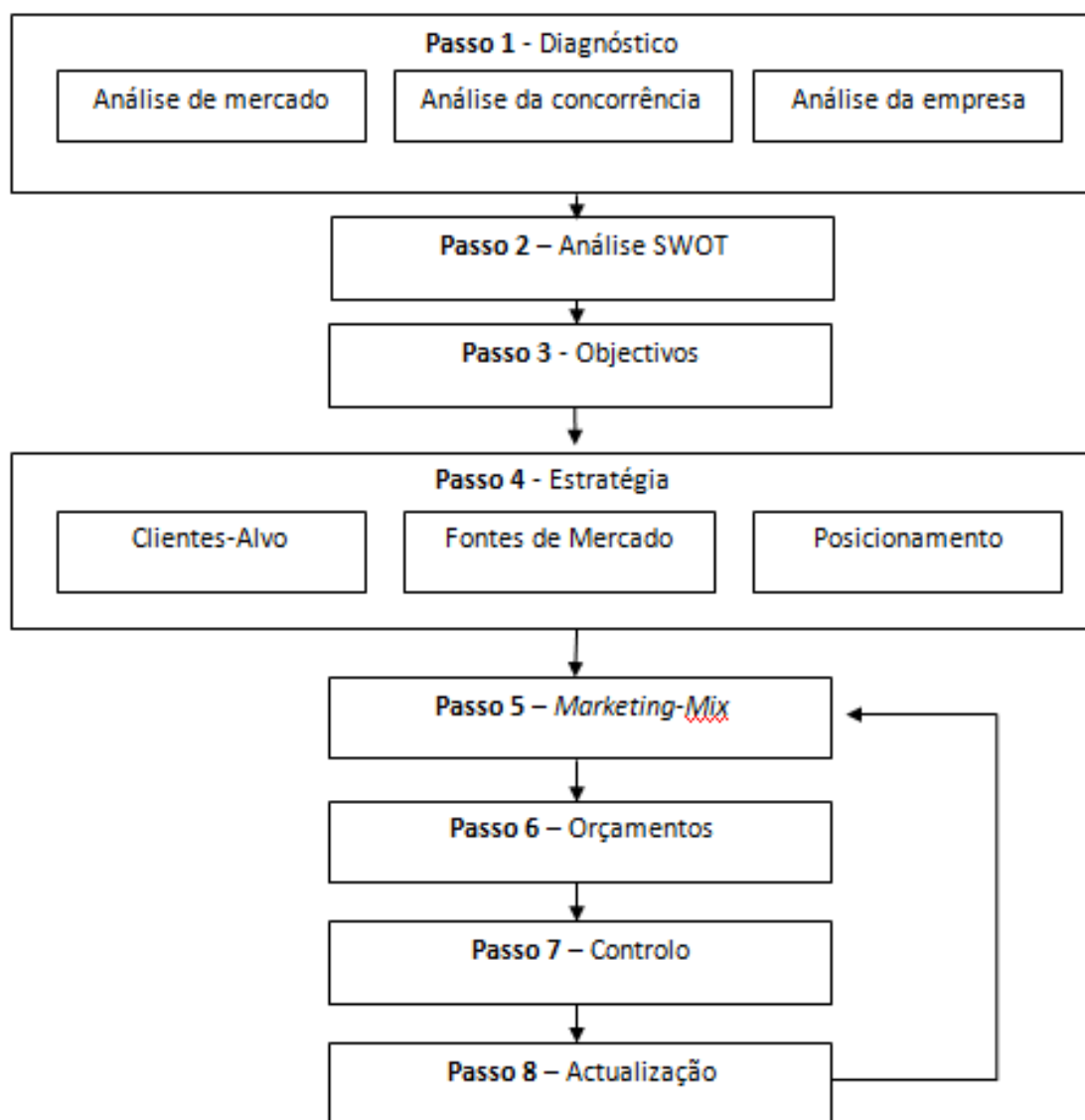


Figura 5.1 Plano de *Marketing*

Fonte: elaboração própria, adaptado de Lindon, [et al.] (2008)

Importa salientar, que o setor bancário, tem que estar extremamente atento às necessidades dos clientes. Apesar do momento de recessão no qual nos enquadrámos atualmente, poderá também ser uma época de oportunidades às quais as instituições bancárias têm que estar atentas.

A principal fonte de financiamento da atividade bancária é a venda de serviços. Importa referir as características dos mesmos, que diferem um pouco das

características dos produtos. O que distingue os serviços dos produtos, são características como:

- intangibilidade, «...não podem ser vistos, provados, cheirados, ouvidos ou sentidos tal como um produto.» Bernardo e Torres (1998: 1.13), a aposta das instituições de crédito deve ser feita na qualidade do serviço, de forma que este se distinga dos serviços semelhantes existentes no mercado;
- inseparabilidade, «...confere a particularidade de serem produzidos e consumidos simultaneamente...» *idid.* permitindo-lhes ainda, serem adaptados a cada um dos clientes de acordo com as necessidades sentidas;
- variabilidade dos serviços prende-se com o facto de um mesmo serviço prestado de/e para pessoas diferentes, poder ser encarado como um produto diferente, motivo da importância da formação dos colaboradores do setor bancário, que podem prestar um serviço de excelência se tiverem total conhecimento do que estão a vender.

5.2 Campanhas de marketing

O setor bancário encontra-se enquadrado num mercado altamente competitivo. Para que uma instituição bancária se destaque das suas concorrentes, tem que oferecer ao cliente um produto/serviço que se destaque dos demais existentes no mercado. «A concorrência de um banco é formada por todas as Empresas que integram o Sistema Financeiro e não só pelas Instituições de Crédito.» Ribeiro e Silva (2000: 2.7), assim podemos afirmar que este mercado ainda é algo extenso, e se as instituições bancárias querem ser bem sucedidas têm que se focar nas necessidades dos clientes.

Para melhor compreendermos o conceito de *marketing* no setor bancário, Kotler (1994) identifica várias fases de evolução deste conceito, que são condicionadas pelo desenvolvimento económico de cada país, *idid.* apresenta a penetração do *marketing* nas instituições bancárias, sob a forma de promoção e publicidade de vendas. Uma vez que o setor bancário se enquadra num mercado altamente competitivo, torna-se necessário aliciar os clientes, ou potenciais clientes, chegando as instituições bancárias a fazer ofertas. Ainda assim para Kotler (1994) esta estratégia demonstra alguma insuficiência, pois não é possível aferir se o cliente está a adquirir o serviço por causa da campanha publicitária existente, ou por necessidade inadiável.

Outra das fases do *marketing* segundo Kotler (1994) é a fidelização de clientes que, para a instituição bancária se torna mais rentável, do que a angariação de novos

clientes. Quando os clientes se encontram satisfeitos com o seu banco, torna-se mais propício o recurso a esse mesmo banco quando surgem novas necessidades de crédito ou de produtos financeiros. Cota (2000: 59) defende «A divisão do mercado bancário em grupos de clientes com características e necessidades relativamente homogéneas e a criação de novos produtos e serviços destinados a cada segmento-alvo é uma ferramenta competitiva encontrada pelos bancos.», a segmentação de mercado é vital para as instituições bancárias, e cada vez encontramos mais produtos e serviços destinados a segmentos-alvo muito específicos.

O capital humano como parte integrante de uma instituição bancária é fundamental para que se torne possível a oferta de produtos de qualidade e maior diversificação face à concorrência, «...os bancos são o reflexo das pessoas que as constituem», Cota (2012: 17). É fundamental a formação adequada a todos os colaboradores, o conhecimento da estratégia da instituição bancária na qual se enquadram, bem como a definição dos objetivos a atingir.

As campanhas de *marketing* dos produtos financeiros, são efetuadas das mais diversas formas, entre elas, cartazes publicitários e *outdoors*, publicidade em jornais e revistas, anúncios televisivos, entre outros. A legislação existente para a regulação da atividade bancária ainda deixa alguma liberdade em termos de publicidade.

Com o desenvolver do conceito de crédito ao consumo, começámos a sentir uma maior pressão por parte das instituições bancárias para recorrermos ao crédito. Eram feitas as mais diversas campanhas de *marketing*, com divulgação de produtos de crédito. As instituições bancárias enviavam, via correio, créditos pré-aprovados para os seus clientes, em que estes apenas tinham que devolver a proposta assinada, pois a mesma já vinha preenchida com os dados do cliente. Era necessário, apenas, colocar uma cruz no montante pretendido. Eram efetuados contactos telefónicos, por parte da banca, com oferta de créditos. Os consecutivos contatos telefónicos, com “oferta” de cartões de crédito e dos mais diversos produtos de seguros, eram uma constante no quotidiano dos Portugueses. Contudo, na minha opinião, esta excessiva oferta proveniente das instituições bancárias, fez com que os clientes celebrassem contratos de crédito sem terem de facto necessidade. Ainda relacionado com a oferta de cartões de crédito, em alguns casos estava associada uma “oferta” ao cliente aquando da primeira utilização do cartão, o cliente para usufruir da sua “oferta”, sentia-se estimulado para o uso do cartão.

Atualmente, a oferta por parte das instituições bancárias encontra-se mais direcionada para os produtos de poupança. Considerando o grau de endividamento atingido pelos

particulares, fomentar a poupança é de facto bastante importante, no entanto grande parte das famílias não tem rendimentos que lhes permitam poupar.

Campanhas de *marketing* demasiado agressivas podem ter estado na origem do nível de endividamento atingido atualmente. A facilidade na obtenção de crédito, os créditos pré-aprovados e a insistente oferta de cartões de crédito, podem ter levado algumas famílias a cederem ao crédito, devido à insistência das instituições bancárias.

6. Prevenção do endividamento excessivo e incumprimento

6.1 Literacia financeira

O conceito de literacia, no dicionário português, é identificado como a capacidade de ler e escrever, a capacidade de ler e interpretar o que é lido. Este conceito ao relacionar-se com outros conceitos pode ter um impacto diferente do conceito de aprendizagem ou educação. Se ao conceito de literacia, associarmos a área financeira obtemos um conceito mais específico e patente no nosso quotidiano, denominado de literacia financeira. Dada a complexidade existente no mercado financeiro, torna-se cada vez mais urgente fomentar o conceito de literacia financeira.

A sensibilização dos consumidores para o abrandar do consumo supérfluo torna-se urgente e indispensável, sobretudo no cenário em que vivemos de crescente endividamento. É importante que os consumidores tenham a capacidade adequada para reagir a campanhas de marketing agressivas, por parte das instituições financeiras, como foi referido no capítulo anterior.

Segundo Sousa (2012), o conceito de literacia financeira estava ausente da vida dos Portugueses, porém considerando a crise económico-financeira que se faz sentir na atualidade, torna-se cada vez mais necessário informar as pessoas e sensibiliza-las para o conceito de poupança, ou consumo com consciência.

O Inquérito à Literacia Financeira desenvolvido pelo BdP, incidiu sobre uma amostra de 2000 entrevistados. O inquérito teve como objetivo aferir qual o nível de conhecimento que os portugueses têm relativamente às suas contas bancárias, nomeadamente taxas cobradas e respetivas comissões de gestão. Este estudo incidiu com maior ênfase, num conjunto de cinco grandes áreas, como a inclusão financeira, planeamento de despesas e poupança, gestão da conta bancária, escolha de produtos bancários e compreensão financeira. Dos cidadãos entrevistados, são 11% os que nem sequer possuem conta bancária, insuficiência de rendimentos é o motivo principal que os leva a considerar desnecessária a existência de uma conta bancária.

Uma boa gestão do orçamento familiar é fundamental para que seja possível poupar. A poupança é importante na ocorrência de uma situação inesperada, como uma situação de desemprego, ou até mesmo redução parcial do vencimento. Contudo apenas 51% dos inquiridos consideram poupar “muito importante”, seguidos de 38% que acham “importante”, enquanto 11% não dão importância a este conceito. Ainda assim, são os jovens adultos, indivíduos com idade compreendida entre 25 e 39 anos, que mais preocupações têm com a gestão do orçamento. Correspondem a 48%, os entrevistados que afirmam não fazer poupança, sendo que a grande maioria não o faz

por falta de rendimentos (88%), enquanto apenas 7% considera a poupança desnecessária. Já dos inquiridos que afirmam fazer poupança, 56% fazem-no com regularidade e 44% têm tendência a poupar, mas apenas com o recebimento dos subsídios de férias e Natal, se bem que para os empregados da função pública será mais complicado, uma vez que a grande maioria, atualmente, viu-se privada do recebimento destes subsídios. No que concerne ao controlo dos saldos bancários, 86% afirma saber qual o saldo da sua conta com uma margem de erro de 50 euros, enquanto 7%, admite desconhecer qual o saldo da sua conta. Relativamente aos encargos com comissões, cobradas pelos bancos, 40% admite não saber qual o valor das mesmas, enquanto 34% admitem saber qual o valor aproximado.

Na maior parte dos casos a escolha de um determinado serviço, em certa instituição bancária, prende-se com o esclarecimento obtido junto dos balcões. Para que estes esclarecimentos sejam prestados da melhor forma possível, é fundamental a formação dos produtos e serviços adequada, por parte dos comerciais e/ou gestores de conta.

Até agora temos estado a identificar situações que representam encargos para o cliente bancário, a importância dos mesmos e o conhecimento que o cliente tem, ou não, relativamente aos custos que lhe são cobrados.

Numa outra vertente, temos também, os juros pagos relativamente a aplicações, quer em depósitos a prazo, ou outros produtos de poupança, a maioria dos inquiridos afirma conhecer o valor da taxa de juros dos seus depósitos a prazo (66%), no entanto destes 66%, 50% afirma ter conhecimento da taxa aplicada, mas de uma forma aproximada, não tendo noção do valor exato. Porém, 19% dos entrevistados não têm conhecimento do valor da taxa de juro, já 15% dos inquiridos afirma preocupar-se com essa questão, apenas no momento de aplicação das suas poupanças.

Face às taxas de juro aplicadas nos empréstimos bancários, o conhecimento dos entrevistados encontra-se distribuído de acordo com a Figura 6.1

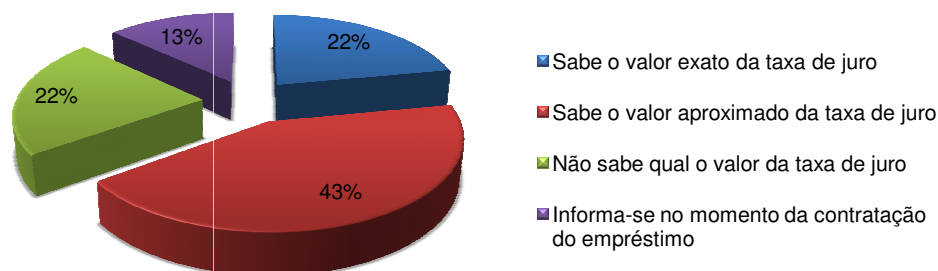


Figura 6.1 Conhecimento dos clientes face às taxas de juro aplicadas nos empréstimos

Fonte: Banco de Portugal – Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa 2010

No que respeita ao crédito habitação, importa também identificar, qual o grau de conhecimento que os portadores de crédito habitação têm relativamente ao *spread* que lhes é cobrado, Figura 6.2.



Figura 6.2 Conhecimento dos clientes face ao *spread* cobrado no crédito habitação

Fonte: Banco de Portugal – Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa 2010

Ainda relativamente a encargos cobrados, importa ainda mencionar qual o conhecimento que os clientes têm face às taxas de juro associadas à utilização do cartão de crédito, Figura 6.3.

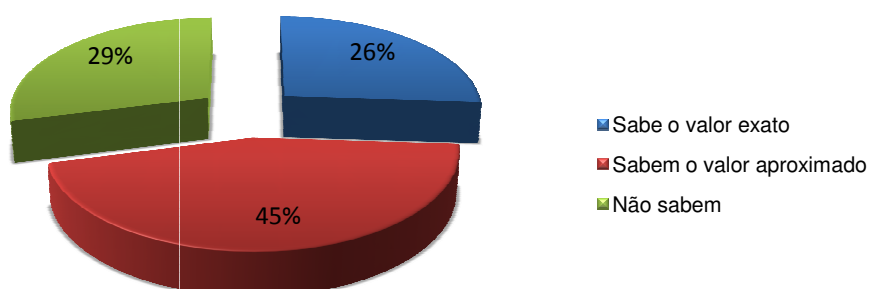


Figura 6.3 Conhecimento dos clientes face às taxas de juro aplicadas aos cartões de crédito

Fonte: Banco de Portugal – Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa 2010

Dos utilizadores do descoberto bancário associado à conta à ordem, apenas 24% dos utilizadores sabe qual a taxa de juro aplicada na utilização deste crédito, 43% afirma

ter uma ideia aproximada da taxa de juro e 33% desconhece, de todo, qual a taxa de juro aplicada à utilização deste tipo de crédito.

Da aplicação do Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa 2010, podemos identificar quais os aspetos em que os clientes bancários têm maior dificuldade, destacando assim, a falta de conhecimento relativamente à formação da taxa Euribor, ao conceito de *spread*, às taxas de juro aplicadas quer no empréstimos bancários, quer na utilização de descoberto bancário e cartões de crédito. Os dados apresentados revelam que apenas 53% dos inquiridos sabe como é formada a taxa Euribor, 61% não sabe o que significa *spread*, 29% não sabe qual a taxa de juro aplicada na utilização do cartão de crédito, 41% não sabe qual o *spread* cobrado no crédito habitação, 22% não sabem qual a taxa de juro aplicada nos seus empréstimos e 33% desconhecem qual a taxa de juro aplicada na utilização do descoberto bancário.

Sousa (2012) defende que «A melhor forma de haver um bom relacionamento com o cliente é este saber exactamente o que está a assinar.» Geralmente, quando os problemas surgem é que é perceptível o desconhecimento do cliente face ao produto/serviço contratado. Contudo, a existência de nova regulamentação, por parte do BdP, de forma a fomentar a transparência, torna-se um pouco complexa, dada a extensão dos contratos e o excesso de pormenores. De acordo com a opinião dos clientes inquiridos pelo BdP, estes preferem receber informação simplificada através de brochuras ou folhetos dos seus bancos, o problema deste tipo de informação é que geralmente encontra-se demasiado abreviada, o que poderá omitir pormenores importantes para a contratação de um determinado serviço.

Para conseguirmos que o conceito de literacia financeira chegue com maior facilidade aos consumidores, Sousa (2012) defende que a aposta das instituições financeiras deve começar na formação do seu capital humano «...isso implica uma formação mais profunda em termos dos produtos da instituição, dos produtos que estão a ser vendidos para que possam ser bem explicados e bem compreendidos». O comercial/gestor de conta que acompanha o processo de venda de um determinado serviço, deve possuir conhecimentos que lhe permitam analisar a capacidade de solvabilidade dos clientes e respetivas garantias associadas ao empréstimo.

A educação financeira permite que as pessoas tomem decisões informadas e confiantes em todos os aspetos relacionados com a sua situação financeira, nomeadamente no que respeita à gestão do orçamento familiar, ao planeamento das despesas, ao pagamento atempado das contas e à escolha adequada de produtos financeiros, sejam relacionados com poupança ou aquisição de crédito.

CONCLUSÃO

Como foi referido na Introdução a presente dissertação tem como objetivo perceber, identificar e compreender de que forma o endividamento dos particulares atingiu os valores alcançados nos últimos anos. Num cenário de medidas de austeridade, vivido nos dias de hoje, as famílias sentem dificuldades profundas no cumprimento das suas obrigações, face aos créditos dos quais são titulares. No início da década de 90, começou a ser impulsionado o conceito de crédito ao consumo, o que fez com que grande parte dos portugueses invertesse o seu hábito para aquisição de bens e serviços, enquanto a tendência, até à data, era de fazer poupanças que lhes permitissem aquisições futuras, com a facilidade de recurso ao crédito, a poupança com o objetivo de fazer aquisições futuras foi posta de parte, tendo sido dado lugar ao consumo através do recurso ao crédito.

Enquanto inicialmente, as pessoas recorriam ao crédito, quase exclusivamente, para adquirir habitação, com a oferta do crédito ao consumo passaram a recorrer ao crédito para aquisição de automóvel, artigos para o lar, entre outras bens, nem sempre necessários, o que fez com que ao longo das duas últimas décadas fossem atingindo níveis de endividamento cada vez mais elevados.

A oferta de crédito por parte das instituições bancárias, foi outro dos contributos importantes na concessão de crédito bancário, as campanhas diretas junto dos consumidores, a oferta de créditos pré-aprovados e ainda a excessiva oferta de cartões de crédito.

Através da intervenção do Banco de Portugal, como órgão regulador da supervisão bancária, pretende-se uma maior transparência na divulgação dos serviços bancários, para que os clientes tenham conhecimento de todas as condições inerentes à adesão de um determinado serviço.

Uma vez atingidos níveis de endividamento demasiado elevados, face ao rendimento disponível no orçamento familiar dos particulares, torna-se urgente tomar medidas que permitam reduzir o impacto que o endividamento tem, não só, no orçamento das famílias, mas também nas condições de vida das mesmas. É desta forma que começamos a familiarizar-nos com o conceito de “literacia financeira” cada vez mais importante para a obtenção de um equilíbrio orçamental. A necessidade de educação financeira encontra-se patente no Inquérito à Literacia da População Portuguesa 2010, desenvolvido pelo Banco de Portugal. Existe uma grande percentagem de Portugueses que desconhece as características dos seus créditos bancários, como qual a taxa de juro aplicada ou *spread* cobrado pela instituição financeira. Com a

finalidade de minimizar este desconhecimento dos clientes, face às condições de crédito negociadas, ou relativamente a produtos e serviços bancários, é necessário e urgente a educação financeira, que tem vindo a ser desenvolvida até mesmo nas escolas, como é o caso do projeto de literacia financeira “Educação+”, desenvolvido em parceria entre a Universidade de Aveiro e a CGD, que tem como finalidade elucidar os Portugueses na hora de consumidor e terem uma atitude mais consciente face ao consumo, estes projetos são necessários e imprescindíveis para consciencializar as pessoas no momento de consumir. O projeto desenvolvido pelo BdP, CMVM e ISP, do qual resultou o portal “Todos Contam” é outra ferramenta que se destina à sensibilização e esclarecimento dos Portugueses, relativamente a temas como orçamento familiar e literacia financeira.

A preocupação do Governo faz-se sentir, no que concerne aos níveis de endividamento atingidos pelos particulares, pelo que tem em curso um conjunto de iniciativas para apoiar os particulares e reduzir os níveis de endividamento dos mesmos, entre elas a criação de um novo regime jurídico, que irá regular a gestão do risco associado à ocorrência de incumprimento. Perante situações de risco, devem também as instituições de crédito ser responsabilizadas e ter um papel ativo junto dos clientes, alertando-os para situações de risco e apresentando alternativas ou renegociação das condições de crédito, em caso de incumprimento.

As instituições bancárias devem estar mais recetivas para renegociação de créditos, nos casos em que é expectável que o cliente vá entrar em incumprimento, ou quando já existe incumprimento de algum crédito. No caso do crédito habitação, a solicitação de carência de capital durante um período de 3 ou 4 anos pode ser uma solução para que o cliente continue com o imóvel, sem estar em incumprimento.

É importante que as famílias mantenham uma vida minimamente condigna e para isso a habitação é fundamental, o que faz com que seja o último dos créditos a entrar em incumprimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRE, Fernando, AGUIAR-CONRARIA, Luís, BAÇÃO, Pedro, PORTELA, Miguel – **A Poupança em Portugal**. Associação Portuguesa de Seguradores.

BANCO DE PORTUGAL - **Actividades de Supervisão Comportamental – Síntese Intercalar 2011**. Edição: Departamento de Supervisão Comportamental. ISSN 1647-3469.

BANCO DE PORTUGAL - **Aviso nº 10/2008**.

BANCO DE PORTUGAL - **Aviso nº 8/2009**.

BANCO DE PORTUGAL - **Aviso nº 2/2010**.

BANCO DE PORTUGAL - **Boletim Económico**. Edição: Departamento de Estudos Económicos. ISSN 0872-9794. 16:4 (2010).

BANCO DE PORTUGAL - **Boletim Estatístico** Junho 2012. [em linha].

BANCO DE PORTUGAL - **Carta-Circular nº 41/2007/DSB**.

BANCO DE PORTUGAL - **Carta-Circular nº 1/2008/DSB**.

BANCO DE PORTUGAL - **Carta-Circular nº 61/2008/DSB**.

BANCO DE PORTUGAL - **Carta-Circular nº 19/2009/DSB**.

BANCO DE PORTUGAL - **Carta-Circular nº 32/2010/DSB**.

BANCO DE PORTUGAL - **Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa**. Edição: Departamento de Supervisão Bancária. ISBN 978-989-678-036-4.

BANCO DE PORTUGAL – **Inquérito aos Bancos sobre o Mercado de Crédito**. Abril, 2012.

BANCO DE PORTUGAL - **Instrução nº 27/2003**.

BANCO DE PORTUGAL - **Instrução nº 18/2006**.

BANCO DE PORTUGAL - **Instrução nº 8/2009**.

BANCO DE PORTUGAL - **Instrução nº 10/2010**.

BANCO DE PORTUGAL - **Lei Orgânica 2007**. ISBN 972-9479-64-X.

BANCO DE PORTUGAL – **Portal do Cliente Bancário** [em linha] [Consult. 2 Jul. 2012]. Disponível em: <http://clientebancario.bportugal.pt/pt->

BANCO DE PORTUGAL - **Relatório de Estabilidade Financeira** - Maio 2011. Edição: Departamento de Estudos Económicos. ISSN 1646-2254.

BANCO DE PORTUGAL - **Relatório de Estabilidade Financeira** - Maio 2012. Edição: Departamento de Estudos Económicos. ISSN 1646-2254.

BANCO DE PORTUGAL [em linha] <http://www.bportugal.pt/pt-PT/Glossarios/Paginas/Glossario.aspx?letter=C>

BANCO DE PORTUGAL [em linha] <http://www.todoscontam.pt/>

BERNARDO, Isabel, TORRES, Madalena - **Marketing Bancário – Desenvolvimento de produtos bancários**. Instituto Superior de Gestão Bancária. Lisboa: APB, 1998.

CAIADO, Aníbal, CAIADO, Jorge - **Gestão de Instituições Financeiras**. 1ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo, Lda., 2006. ISBN: 972-618-400-2.

CARBÓ VALVERDE, S., HUMPHREY, David B. – **Predicted and actual costs from individual bank mergers** – Journal of Economics and Business, 56: 2, 137 – 157.

COBRA, Marcos - **Marketing Básico** - 4.ª edição. São Paulo: Editora Atlas. ISBN: 8522415404.

Código da Insolvência e Recuperação de Empresas - **Decreto-Lei nº. 53/2004**, de 18 de Março.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA PORTUGUESA - 13ª Edição, 2004. ISBN 972-724-224-3.

COTA, Bruno Valverde - **Marketing Bancário – Comportamentos e necessidades dos jovens clientes bancários portugueses**. Universidade Lusíada Lisboa 2000. ISBN 972-8397-21-6.

COTA, Bruno Valverde - **Marketing Bancário**. Inforbanca Nº. 91 (2012) 16-17.

DECO, Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor - **Dinheiro & Direitos** 110 Março/Abril 2012. 34 -35.

DECO, Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor - **Dinheiro & Direitos** 78 Novembro/Dezembro 2006. 16 – 19.

DECRETO-LEI nº 359/91. **D.R.I. Série-A. 218** (21.09.1991) 4998 - 5003.

DECRETO-LEI nº 348/98. **D.R.I. Série-A. 261** (11.11.1991) 6135 - 6141.

DECRETO-LEI nº 298/1992. **D.R.I. Série-A. 301** (31.12.1992) 6056-(24) - 6056-(51).

DECRETO-LEI nº 220/94. **D.R.I. Série-A. 194** (23.08.1994) 4870 - 4873.

DECRETO-LEI nº 166/95. **D.R.I. Série-A. 162** (15.07.1995) 4515 - 4516.

DECRETO-LEI nº 156/2005. **D.R.I. Série-A. 178** (15.09.2005) 5580 - 5584.

DECRETO-LEI nº 240/2006. **D.R.I. Série. 245** (22.12.2006) 8537 - 8539.

DECRETO-LEI nº 51/2007. **D.R.I. Série. 47** (07.03.2007) 1481 - 1483.

DECRETO-LEI nº 171/2007. **D.R.I. Série. 88** (08.05.2007) 2989 - 2990.

DECRETO-LEI nº 88/2008. **D.R.I. Série. 103** (29.05.2008) 3013 - 3015.

DECRETO-LEI nº 171/2008. **D.R.I. Série. 164** (28.08.2008) 5957 - 5958.

DECRETO-LEI nº 103/2009. **D.R.I. Série. 91** (12.05.2009) 2827 - 2829.

DECRETO-LEI nº 133/2009. **D.R. I Série. 106** (02-06-2009) 3438-3452.

DECRETO-LEI nº 192/2009. **D.R.I. Série. 158** (17.08.2009) 5341 - 5342.

DUBOIS, Bernard – **Compreender o Consumidor** . Editor: Dom Quixote, Lda, 1998. ISBN: 978-972-20-2916-2.

FRADE, Catarina, LOPES, Cláudia, JESUS, Fernanda, FERREIRA, Teresa - **Um perfil dos sobreendividados em Portugal**. Centro de Estudos Sociais da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2008.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, I.P - **Indicadores Sociais 2008**. ISBN 978 -989-25-0006-5.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, I.P. – **Contas Nacionais Trimestrais por Sector Institucional (Base 2006)** 1º Trimestre de 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, I.P. – **Censos 2011** - Resultados Provisórios. Lisboa, 2011. ISBN 978-989-25-0148-2.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, I.P. - **Indicadores Sociais 2009**. ISBN 978 -989-25-0054-6.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, I.P. – **Inquérito às Despesas das Famílias 2010/2011**. ISBN 978-989-25-0168-0.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA, I.P. – **Portugal Social 1991-2001**.

INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO BANCÁRIA – **Marketing Bancário – Desenvolvimento de produtos bancários**. Lisboa: APB, 1998.

JORNAL PUBLICO [em linha] [Consult. 25 Jun. 2012]. Disponível em www.publico.pt/Sociedade/crise-a-vida-deles-era-topo-de-gama-e-agora-cada-euro-conta_1446403?all=1

KARSAKLIAN, Eliane - **Comportamento do Consumidor** - 2ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2004. ISBN 85-224-3779-3.

KOTLER, Philip - **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. 8ª edição. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.,1994. ISBN: 0-13-098005-6.

LINDON, Denis, LENDREVIE, Jacques, RODRIGUES, Joaquim Vicente, LÉVI, Julien, DIONÍSIO, Pedro – **Mercator XXI** – 11ª Edição. Lisboa: Publicações Dom Quixote, Lda, 2008. ISBN 978-972-20-2744-1.

MARKTEST BASEF Banca [em linha]
<http://www.marktest.com/wap/a/q/id~c9/idtema~164.aspx>

MARQUES, Maria, NEVES, Vítor, FRADE, Catarina, LOBO, Flora, PINTO, Paula, Cruz, Cristina - **O Endividamento dos Consumidores**. Lisboa: Livraria Almedina, 2000.

PASCHINI, Selma - **EstRHatégia: alinhando cultura organizacional e estratégia de RH à estratégia de negócio**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2006. ISBN: 9788573036749.

RIBEIRO, Cristina, SILVA, Henrique – **Curso regular de formação bancária – Marketing e serviços bancários**. Instituto de Formação Bancária 6ª Edição. Lisboa: IFB, 2000.

RIVAS, Javier Alonso, ESTEBAN, Idefonso Grande - **Comportamiento del Consumidor**. 6ª edición. Madrid: ESIC EDITORIAL, 1999. ISBN: 978-84-7356-717-6.

RODRIGUES, Jorge – **Marketing das Instituições Financeiras e dos Seguros: Marketing Financeiro**. Lisboa: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, 2011.

SCHIFFMAN, Leon G., KANUK, Leslie Lazar - **Consumer Behaviour**. New Jersey: Pearson Education Limited, 2003. ISBN: 9780130491756.

SOUSA, António - **Entrevista com...António Sousa** Presidente da Associação Portuguesa de Bancos. Inforbanca Nº. 91 (2012) 4-6.

ANEXOS

ANEXO I

ANEXO II

ANEXO III

ANEXO IV

ANEXO V

ANEXO VI

ANEXO VII

ANEXO VIII

ANEXO IX