

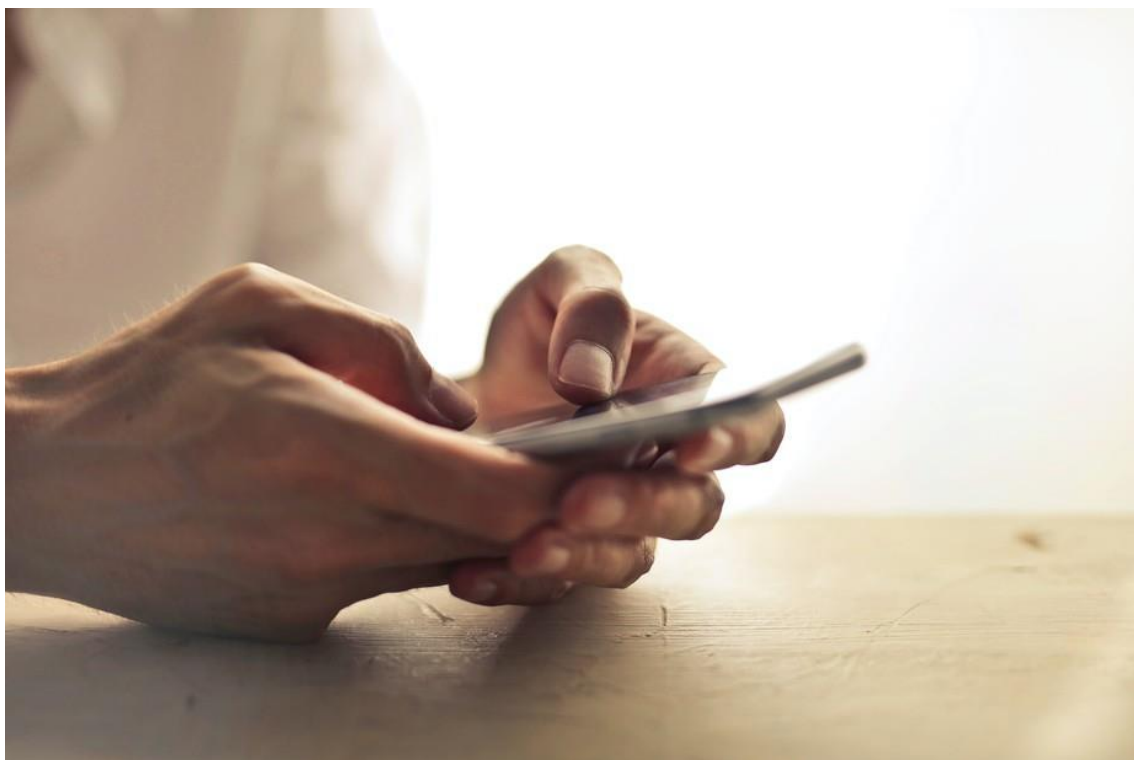
Uso de aplicativo de cartão varia conforme idade e classe social

É o que mostra a Pesquisa Nacional de Cartões de Crédito (PNCC) de 2022, obtida com exclusividade pelo Valor

Por Mariana Ribeiro — De São Paulo

19/07/2022 05h02

Atualizado há um mês



Fonte: Pexels

Apesar de os aplicativos de instituições financeiras serem cada vez mais utilizados e bem avaliados, há uma grande discrepância no uso desse canal quando analisados públicos de diferentes idades e classes sociais, mostra a Pesquisa Nacional de Cartões de Crédito (PNCC) de 2022, obtida com exclusividade pelo Valor.

Entre usuários de cartão de crédito com mais de 60 anos das classes D e E (com renda até R\$ 1,8 mil), apenas 40,7% utilizam o serviço pelo aplicativo. O percentual é de 92,8% entre jovens até 30 anos das classes A e B1 (mais de R\$ 10,43 mil). Os dados são da 14ª edição da pesquisa, feita pela CardMonitor e pelo Instituto Medida Certa.

A conclusão é a de que parte dos clientes pode não aceitar bem medidas mais “radicais” por parte dos emissores, como o banimento de outros canais de atendimento. “Embora a pandemia tenha trazido uma aceleração dos serviços digitais, ainda há um abismo no uso do aplicativo. Somos um país continental, com grandes diferenças sociais”, diz Rafael Daibert, sócio-diretor do Medida Certa.

Para José Antonio Camargo de Carvalho, sócio-diretor da CardMonitor, os números reforçam que as instituições não devem tomar medidas unilaterais e que mudanças como o fim das faturas impressas, por exemplo, devem ser feitas

de forma escalonada. Ele afirma que a digitalização deve ser incentivada, mas não imposta. “A recomendação que a gente dá para a gente dá para os emissores é não assumir que todo mundo se digitalizou. Tem que investir nisso, mas sem abandonar o outro lado.”

No geral, 79,9% dos clientes de cartões bancários disseram utilizar o aplicativo da instituição. Em 2017, esse percentual era de 28,5%. No caso dos cartões de varejo, foram 69,6%, ante 14,8% cinco anos antes.

Na direção oposta, tem caído o uso da central de atendimento telefônico. Apenas 27,6% dos clientes bancários e 33,4% dos de varejo disseram que utilizaram a central alguma vez no ano passado. Isso se reflete em uma importante redução de custo para os emissores, observa Carvalho.

O consultor Boanerges Ramos Freire, da Boanerges & Cia, afirma que os diferentes níveis de digitalização dos clientes trazem novos desafios de gestão para as instituições, mas que a tecnologia fornece instrumentos para que os emissores possam formatar produtos de acordo com perfis distintos de usuários.

A pesquisa mostra ainda que o índice de satisfação dos clientes que usam o aplicativo é bastante alto, chegando a 88,4% no caso dos bancos e a 85,3% no dos varejistas. Já em relação à central telefônica, o resultado é de “mediano para bom”, avalia Carvalho. Dos usuários de cartões de bancos, 61,8% se dizem satisfeitos com o “call center”. No caso do dos cartões de loja, o percentual é de 61,4%.

Além disso, 60,1% dos clientes de bancos avaliam bem os programas de recompensa oferecidos. De acordo com a pesquisa, os resultados foram muito semelhantes entre os diversos emissores, mas o mais bem avaliado foi o C6 Bank.

O “cashback” (ou seja, a devolução de parte do valor das compras em dinheiro) é a opção preferida de recompensa de 56,4% dos usuários de cartões. Programas de pontos foram os mais lembrados por 27,5% dos participantes, e os descontos, por 16,1%. O “cashback” vem ganhando força em todas as classes sociais, mas a alta renda ainda prefere os programas de acúmulo de pontos.