



ciu
são
finan.
cei
ra

o acesso
que
transforma

O NUBANK APRESENTA UM RAIO-X DE COMO A INCLUSÃO
FINANCEIRA GEROU OPORTUNIDADES PARA SEUS CLIENTES

Data Nubank

O **Data Nubank** é a plataforma de pesquisas e análises sobre finanças do Nubank, uma das maiores plataformas de serviços financeiros digitais do mundo. Nossa missão é trazer informação confiável e relevante de forma objetiva e transparente para facilitar o entendimento de assuntos relacionados ao bolso dos brasileiros, usando dados exclusivos com base em levantamentos internos.

Nesta sexta edição, mostraremos a importância da inclusão e educação financeira das pessoas e o papel do Nubank nesse processo. Fizemos um retrato daqueles que acessaram produtos e serviços de crédito pela primeira vez, e que deram os primeiros passos no mundo dos investimentos com a ajuda do Nubank.



Boa
leitura!

COORDENAÇÃO DATA NUBANK E EDITORIAL

**Ellen
Pacheco**

Gerente de Comunicação
no Nubank

LIDERANÇA DE CONTEÚDO DATA NUBANK

**Camila
Lafratta**

Lead de Conteúdo
no Nubank

EDITORIAL

**Victor
Gouvêa**

Editor de Conteúdo
no Nubank

**Camila
Mendonça**

Produtora de Conteúdo
Sênior no Nubank

COORDENAÇÃO DE PESQUISA

**Rafaela
Nogueira**

Doutora e Mestre em
Economia pela EPGE/FGV;
Gerente de Relações
Institucionais no Nubank e
Economista-Chefe da Zetta

**Isadora
Jorge**

Gerente Associada de
Business Analytics no Nubank

PESQUISADORES

**Tiago
Torres**

Analista de Negócios
Sênior no Nubank

**Luiza
Morelli**

Analista de Negócios
no Nubank

**Guilherme
Fernandes**

Analista de Negócios
no Nubank

**Lais
Wassano**

Analista de Negócios
Sênior no Nubank

PROJETO GRÁFICO

**Guilherme
Falcão**

Direção Criativa;
Gerente Sênior de Design
e Audiovisual no Nubank

**Cristina
Kashima**

Direção de Arte e Infografia;
Designer Sênior no Nubank

**Ana
Beatriz**

Ilustrações;
Designer Jr. no Nubank

COLABORAÇÃO

**Adonis
Maitino**

Gerente Sênior de
Business Analytics
no Nubank

**Alana
Morganti**

Social Media Content
Lead no Nubank

**André
Campion**

Analista da NuCommunity

**Camila
Alves**

Analista Sênior de
Consumer Insights
no Nubank

Índice/Menu





obje
tivos

1

Apresentar o impacto do Nubank na inclusão financeira dos brasileiros a partir do perfil dos clientes que acessaram serviços e produtos financeiros pela primeira vez pelo Nubank;

2

Contribuir, com dados, para o **debate público sobre inclusão e resiliência financeira**, e o papel das instituições financeiras nesse cenário.

Para isso, analisamos o perfil de gastos e investimento de clientes que conseguiram o primeiro cartão de crédito, o primeiro empréstimo e o primeiro investimento com o Nubank.

Vale dizer que os dados dos clientes usados para este estudo são sempre observados de forma agregada, nunca individualmente, seguindo as normas da Lei Geral da Proteção de Dados (LGPD).

The background features three vertical bands. The left band is purple with a blue circle in the middle. The middle band is purple with a blue circle in the middle. The right band is white with a blue circle in the middle. The text 'introdução' is overlaid on the right side, with 'du' and 'ção' on a light beige rectangular background.

introdução

Usar um cartão de crédito,
fazer um financiamento,
contratar um empréstimo
pessoal, ter opções para
guardar e investir dinheiro.

Esses produtos e serviços financeiros parecem básicos para muita gente, mas a realidade de uma parcela da população é bem diferente.

Segundo dados do [Relatório da Cidadania Financeira de 2021](#), do Banco Central, 96% da população adulta, acima de 15 anos de idade, tem algum relacionamento com o Sistema Financeiro Nacional (SFN) – ou seja, essas pessoas têm alguma conta, seja em um banco ou instituição de pagamento, algum ativo financeiro mantido ou administrado por bancos, corretoras, cooperativas de crédito, instituições de crédito ou de mercado de capitais.

Por outro lado, apenas 50% desse total teve acesso a alguma operação de crédito até o final de 2020. E esse acesso é ainda mais limitado quanto menor é a renda. Ainda segundo o Banco Central, 50% das pessoas com renda mensal de até meio salário mínimo detinha apenas 12% do saldo total da carteira de crédito dos bancos em 2020.

Esses números provam que a bancarização não é sinônimo de inclusão. Ou seja, ter uma conta ou alguma relação com uma instituição não representa acesso a produtos e serviços financeiros.

Para o Banco Central, a inclusão financeira é um dos pilares do que o órgão chama de "cidadania financeira". Esse conceito ainda inclui a educação financeira, a proteção do consumidor e a participação das pessoas nos debates sobre o funcionamento do sistema financeiro.

O QUE É INCLUSÃO FINANCEIRA?

O Banco Central afirma que a inclusão financeira é um estado em que todos os adultos têm acesso efetivo a crédito, poupança, pagamentos, seguros, previdência e investimentos – conceito muito próximo ao do Banco Mundial.

A instituição global define a inclusão financeira como o acesso a produtos e serviços financeiros úteis, "entregues de forma responsável e sustentável".

Em outras palavras, ainda que o Brasil tenha avançado na bancarização, o caminho para a inclusão financeira ainda é longo. Uma [pesquisa do CEBR](#) (Centre for Economics and Business Research) para a Principal Financial Group coloca o Brasil na 35ª posição em um ranking de inclusão financeira, entre 42 países pesquisados.

Este e outros estudos mostram que a inclusão financeira só é possível a partir de um conjunto de iniciativas públicas e privadas. E esses esforços não são sem propósito, pois eles geram impacto imediato na vida individual das pessoas e, por consequência, em todo o sistema econômico.

O IMPACTO DA INCLUSÃO FINANCEIRA NA ECONOMIA

De acordo com a ONU (Organização das Nações Unidas), o acesso saudável e responsável a produtos e serviços financeiros acelera o progresso e combate desafios globais,

como a desigualdade social, a fome, o aumento da produtividade e da competitividade no mercado de trabalho e até questões climáticas.

Não é à toa que a inclusão financeira está presente como elemento essencial em sete dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para 2030:

ODS 1. Erradicação da pobreza

ODS 2. Fome zero e agricultura sustentável

ODS 3. Saúde e bem-estar

ODS 5. Igualdade de gênero

ODS 8. Trabalho decente e crescimento econômico

ODS 9. Indústria, inovação e infraestrutura

ODS 10. Redução das desigualdades

Segundo a ONU, para erradicar a pobreza e zerar a fome, por exemplo, é preciso garantir que todas as pessoas tenham acesso a serviços financeiros. Para que a saúde e o bem-estar estejam disponíveis para todos, também é essencial incluir a proteção do "risco financeiro". Outro exemplo: para atingir o objetivo 8 (Trabalho decente e crescimento econômico), a ONU estabeleceu que um dos caminhos é "fortalecer a capacidade das instituições financeiras nacionais para incentivar a expansão do acesso aos serviços bancários, de seguros e financeiros para todos".

É inegável, portanto, que a inclusão financeira é um caminho fundamental para o desenvolvimento econômico sustentável. No Brasil, a inclusão financeira é pilar das iniciativas do Banco Central desde a década de 1990 e, a partir de 2010, a entidade colocou a "[promoção da inclusão financeira](#)" entre seus objetivos estratégicos e como elemento essencial para assegurar a solidez e a eficiência do sistema financeiro.

Para criar ações efetivas, o BC mapeou o tema no país e divulgou o [Relatório de Inclusão Financeira](#), considerado pela instituição o primeiro passo para promover de fato a inclusão. Os resultados mostraram que o percurso para a plena inclusão seria longo.

Em dezembro de 2010, em torno de 115 milhões de CPFs tinham algum relacionamento com o Sistema Financeiro Nacional, de um total de 193 milhões de habitantes daquele ano. Contudo, houve uma redução, ano após ano, na participação de pessoas com renda de até R\$ 5 mil no volume total de crédito concedido no país: saiu de 37,33%, em junho de 2006, para 27,34%, em junho de 2010. Naquele mês, cada adulto do país tinha cerca de quatro operações de crédito (3,847) com valores abaixo de R\$ 5 mil.

O PAPEL DO NUBANK

Foi neste contexto que nasceu o Nubank, em 2013, com a missão de reduzir a complexidade do sistema financeiro e garantir o acesso a produtos e serviços que ajudem a devolver às pessoas o controle sobre o próprio dinheiro.

A partir de um cartão de crédito simples, sem taxas abusivas e totalmente digital, o Nubank enxergou o potencial do mercado brasileiro para transformar sua relação com serviços financeiros por meio da tecnologia. Percebemos rapidamente que milhões de pessoas eram invisíveis ao sistema tradicional, mas não necessariamente porque eram “maus clientes”. Com toda a complexidade do sistema, muitas vezes elas não tinham sequer a oportunidade de construir um histórico de crédito.

O Nubank acredita que o acesso ao crédito é um catalisador para o empoderamento das pessoas. É por meio dele que elas podem voltar a sonhar e fazer planos.

Com o crescimento do Nubank no Brasil nesses dez anos de existência – em janeiro de 2023, chegamos a mais de 70 milhões de clientes espalhados em 100% dos municípios brasileiros –, percebemos o nosso potencial de impacto.

Este estudo busca justamente entender a dimensão do "efeito roxo" na inclusão financeira e o perfil de quem conseguiu acessar produtos e serviços financeiros pela primeira vez com a gente.

PERÍODO DA ANÁLISE

As análises sobre cartão de crédito e empréstimo pessoal consideraram o período de **julho de 2021 a julho de 2022**. Os dados agregados sobre investimentos foram coletados no mês de outubro de 2022.

BASE DA ANÁLISE

Cientes do Nubank que têm cartão de crédito e/ou que contrataram empréstimo pessoal. Os clientes que tiveram seu primeiro cartão de crédito com o Nubank podem ou não ter tido o seu primeiro empréstimo também no Nubank.

Para levantar os dados sobre investimentos, foi realizada uma pesquisa com **7 mil clientes que investem com o Nubank**. A amostra convidada para a pesquisa foi selecionada de forma aleatória, e tem características e comportamentos que replicam na mesma proporção as características e os comportamentos de todos os clientes que investem com o Nubank.

1. PRIMEIRO ACESSO AO CRÉDITO

5,7 milhões

de pessoas sem qualquer histórico de crédito conseguiram o primeiro **cartão de crédito** com algum limite aprovado com o Nubank entre julho de 2021 e julho de 2022.

2,5 milhões

de clientes conseguiram fazer o primeiro empréstimo pessoal com o Nubank entre julho de 2021 e julho de 2022.

2. SEM AUMENTO DO ENDIVIDAMENTO

O acesso ao crédito entre os clientes incluídos pelo Nubank **não acarretou aumento do nível de endividamento do cartão de crédito** – que se manteve estável e abaixo dos níveis de mercado no período de análise.

5,3% no 4º tri/2022

Esta foi a **taxa de inadimplência** no pagamento da fatura do cartão de crédito no Nubank. Dados mais recentes do Banco Central mostram que essa taxa fechou dezembro de 2022 em 7,8%

3. PRIMEIRO INVESTIMENTO

55,4%

Clientes que possuem algum valor investido **começaram a investir e a guardar dinheiro pelo Nubank.**

4. MULHERES LIDERAM INCLUSÃO

Do total dos clientes que informaram o gênero, as mulheres representam a maior parte do público que conseguiu o primeiro acesso a crédito e que começou a investir com o Nubank. Elas são:

44,5%

das pessoas que conseguiram o **primeiro cartão**.

43,5%

das pessoas que contrataram o **primeiro empréstimo** pessoal

41,2%

das pessoas que **guardaram dinheiro pela primeira vez** ou começaram a investir.

5. A INCLUSÃO MAIOR É ENTRE QUEM GANHA MENOS

Os clientes com renda de **até R\$ 2,5 mil** representam grande parte daqueles que conseguiram os primeiros acessos a produtos e serviços financeiros no Nubank:

1º cartão

80,2% têm renda de até R\$ 2,5 mil.

1º empréstimo pessoal

54,5% ganham até R\$ 2,5 mil.

1º investimento

E entre os que começaram a guardar dinheiro e investir, 56,2% estão nessa faixa de renda.

6. REGIÕES SUDESTE E NORDESTE SÃO DESTAQUE

Grande parte dos clientes que tiveram os primeiros acessos a produtos financeiros vem das **duas maiores regiões do país**.

1º cartão

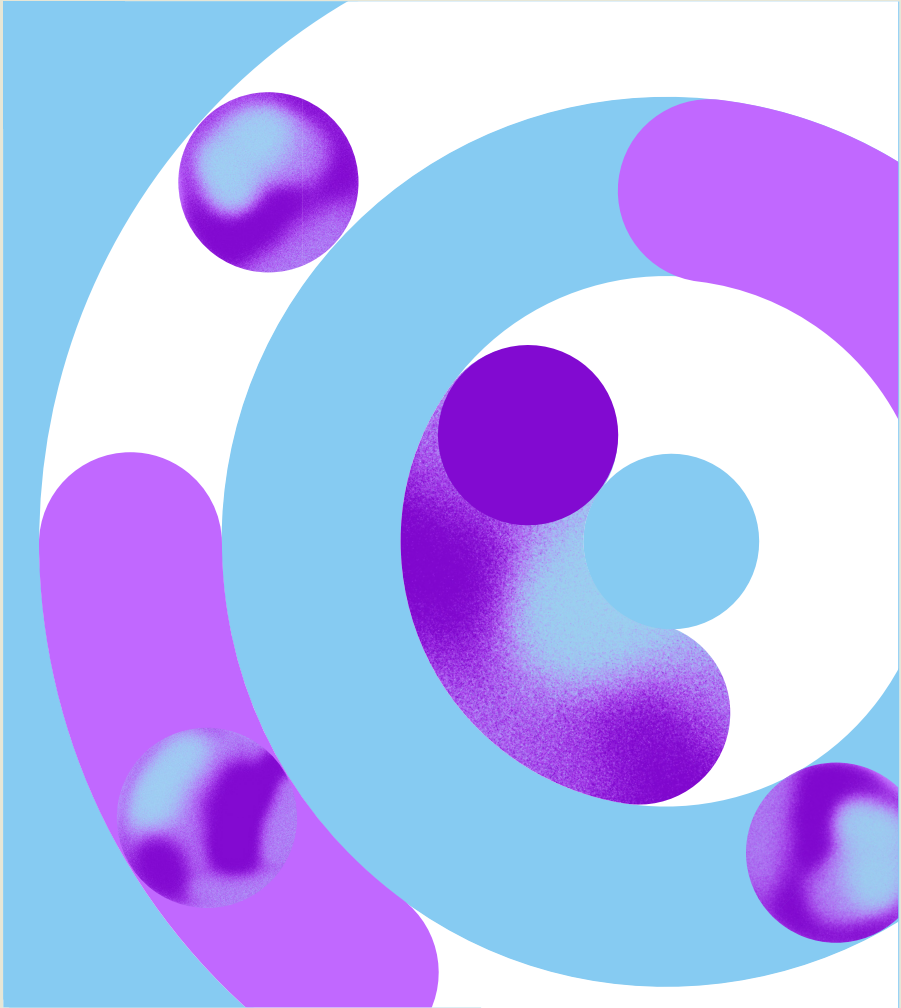
37,4% é do Sudeste e 31,4% do Nordeste.

1º empréstimo pessoal

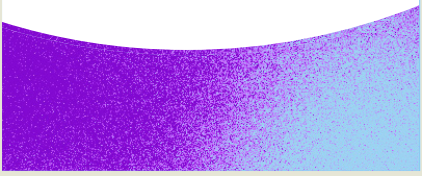
42,2% é do Sudeste e 25,2% do Nordeste.

1º investimento

44,4% é do Sudeste e 23% do Nordeste.



con
texto



Inclusão financeira promove a redução de desigualdades sociais e o maior desenvolvimento econômico do país por meio de um círculo virtuoso.

Quem afirma isso é o Banco Central: "a adequada expansão da inclusão financeira viabiliza o acesso à economia formal, contribuindo para maior crescimento econômico, que, por sua vez, facilita o acesso de mais pessoas à economia e ao sistema financeiro, mobilizando poupança e investimento para o crescimento do setor produtivo".

Esse círculo virtuoso começa com a bancarização – que basicamente é a abertura de contas, que permite o início do relacionamento entre os cidadãos e as instituições financeiras. Ao longo dos anos, a bancarização deu um salto.

Desde 2005, quando os dados foram disponibilizados pelo Banco Central, o número de CPFs com algum relacionamento com o [Sistema Financeiro Nacional](#) (SFN) cresceu a uma taxa que não passava dos 5% na maior parte do tempo.

Mas, em 2020, o aumento foi de quase 9%. O motivo, segundo relatório do Banco Central, foi a pandemia – mais especificamente a abertura de contas digitais para os trabalhadores receberem o Auxílio Emergencial. Na primeira edição do Data Nubank é possível entender em detalhes o impacto da medida na vida financeira dos brasileiros. [Acesse aqui](#).

Confira na tabela abaixo o crescimento do relacionamento das pessoas com as instituições financeiras ano a ano, a partir de 2005.

MÊS/ANO	Nº DE CPFs	CRESCIMENTO %
Jul/2005 ¹	85.104.241	-
Dez/2005	87.690.473	3,0
Dez/2006	92.787.724	5,8
Dez/2007	98.197.077	5,8
Dez/2008	104.668.104	6,6
Dez/2009	109.844.793	4,9
Dez/2010	115.273.414	4,9
Dez/2011	121.344.029	5,2
Dez/2012	127.579.960	5,1
Dez/2013	133.683.083	4,7
Dez/2014	138.619.336	3,7
Dez/2015	143.619.233	3,6
Dez/2016	146.936.912	2,3
Dez/2017	153.921.085	4,7
Dez/2018	158.364.168	2,8
Dez/2019	164.660.550	3,9
Dez/2020	178.922.039	8,6
Dez/2021	182.218.055	1,8
Dez/2022	183.355.742	0,62

Fonte: [Banco Central](#) | 1. primeiro dado disponível

CPFs

Número de pessoas com relacionamentos vigentes com o Sistema Financeiro Nacional, contadas uma única vez, mesmo que elas tenham relacionamentos com mais de uma instituição.

Relacionamento com o SFN

Relacionamentos ativos são algum tipo de **ligação (conta aberta, por exemplo) que uma pessoa tem com instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central**, como bancos, instituições de pagamentos, cooperativas de crédito, corretoras, administradoras de consórcio, Bolsa de Valores, seguradoras, fundos de pensão e outras instituições autorizadas.

A INCLUSÃO É DIGITAL, MAS NÃO É PARA TODO MUNDO

Não faz muito tempo que a inclusão financeira passava necessariamente pelo acesso a pontos de atendimento físicos, como agências bancárias, postos e caixas eletrônicos.

Aumentar a quantidade desses canais físicos, inclusive, foi uma das primeiras medidas de promoção à inclusão, e os correspondentes bancários foram a base dessa ação.

Correspondentes bancários são parcerias entre um estabelecimento comercial, como lotéricas, correios ou farmácias, e uma instituição financeira. Com essa parceria firmada, o estabelecimento pode oferecer serviços financeiros. Os correspondentes surgiram no Brasil em 2000 com as Resoluções 2640 e 2707 do Conselho Monetário Nacional (CMN), que permitiram a contratação de estabelecimentos comerciais por parte das instituições bancárias. Em 2003, a Resolução 3156 estendeu essa permissão para outras instituições financeiras.

Em 2000, havia cerca de 20 mil correspondentes. Hoje, já são mais de 210 mil. Apesar da queda no número de agências bancárias e postos eletrônicos de atendimento, a quantidade de alguns canais físicos, como os próprios correspondentes bancários, cresceu, segundo dados do Banco Central. Com isso, o Brasil tem pelo menos um canal de atendimento em cada município do país.

TABELA 2

Quantidade de canais de atendimento

CANAIS DE ATENDIMENTO	2018	2019	2020
Agências bancárias	21.184	20.308	18.901
Postos de atendimento	15.898	17.201	18.050
Postos eletrônicos	30.650	30.533	28.682
Correspondentes	188.359	198.406	210.639
Total de pontos de atendimento	256.091	266.448	276.272

Fonte: [Banco Central](#)

Com a digitalização das relações financeiras, a necessidade de existir esse tipo de ponto físico pode parecer questionável. Mas a realidade é que essa digitalização não chegou para todo mundo porque o acesso à internet ainda não está presente em 100% dos lares brasileiros.

No detalhe, as classes mais baixas ainda têm dificuldades de acesso. Em 2021, 98% das pessoas da classe A e 96% da classe B se declararam usuárias de internet. Esse percentual cai para 89% entre quem é da classe C e para 72% entre aquelas das classes D e E, segundo a [Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros](#), do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br).

Quando o acesso é realizado para fazer consultas, pagamentos ou outras transações financeiras, a discrepância é ainda maior: 95% da classe A e 72% da classe B acessam a internet para essas atividades. Os percentuais caem para 45% entre as pessoas da classe C e 21% entre aquelas das classes D e E.

Apesar disso, se comparado à primeira pesquisa, [de 2005](#), o crescimento no acesso foi exponencial. Naquele ano, 85,57% das pessoas da classe A e 63,31% da classe B afirmaram que acessaram a internet há menos de três meses. Entre a classe C, o número era de 27,4% e de apenas 7,65% entre quem era das classes D e E. Atividades financeiras sequer apareciam entre os motivos do acesso. Em 2005, o mercado financeiro digital ainda estava longe de ser uma realidade.

O NUBANK NESTE CONTEXTO

O Nubank nasceu em 2013, um ano em que o acesso à internet já era uma realidade para uma porção maior da população, mas o uso dela para atividades financeiras ainda era muito limitado às classes mais altas.

O estudo do [Comitê Gestor da Internet no Brasil](#) (CGI.br) de 2013 mostrou isso: 54% dos indivíduos da classe A já usavam a internet para fazer consultas, pagamentos ou outras transações; 34% de quem era da classe B fazia o mesmo. Mas apenas 15% da classe C e 5% das classes D e E utilizavam a internet para isso.

Essa dificuldade de acesso à internet limitava a inclusão de pessoas de baixa renda aos serviços financeiros. Mas não era apenas isso. Ferramentas que garantem acesso a algum crédito, como os cartões, também não eram produtos para todo mundo.

Uma [pesquisa realizada pela Abecs](#) (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços) em 11 regiões metropolitanas do país e elaborada pela Tendências Consultoria em 2009 mostrou que quem tinha e usava cartões de crédito e débito naquele ano pertencia às classes econômicas mais altas.

TABELA 3

Posse de itens financeiros por classe de renda (2009)

POSSE DE CARTÕES (% DA POPULAÇÃO)	A/B	C	D	TOTAL
Cartão	81%	64%	36%	67%
Crédito	61%	38%	20%	45%
Débito	70%	49%	19%	53%
Conta bancária	82%	64%	33%	67%

Fonte: Pesquisas Abecs / Elaboração: Tendências Consultoria

Em 2013, o cenário havia mudado pouco. Ao final daquele ano, 161 milhões de cartões haviam sido emitidos, mas apenas 81 milhões estavam ativos (sendo de fato usados), segundo [dados](#) do Banco Central. Um [estudo](#) de 2013, também da Abecs com o Datafolha, mostrou que os cartões continuavam concentrados nas mãos de quem tinha uma renda maior: 90% das classes A e B tinham cartões de crédito e débito. Entre as classes D e E, esse percentual caía para 42%.

Ao entrar no mercado, o Nubank queria não apenas mudar essa realidade, mas também garantir que as pessoas tivessem acesso a serviços e produtos financeiros de qualidade, sem burocracias e que as ajudassem a ter o controle sobre o próprio dinheiro.

INCLUSÃO FINANCEIRA NO NUBANK

De acordo com uma pesquisa elaborada pela [BSD Consulting/ELEVATE](#), encomendada pelo Nubank, em 2021, esse objetivo está sendo cumprido.

O estudo conclui que "o Nubank exerceu impacto significativo tanto no acesso aos serviços financeiros quanto na educação financeira de seus clientes".

Veja algumas descobertas dessa pesquisa feita com base em uma amostra de 35 milhões de pessoas – número de clientes que o Nubank tinha até maio de 2021:

11%

dos 35 milhões de clientes afirmaram que **tiveram acesso a serviços financeiros pela primeira vez por meio do Nubank.** Ao todo são quase 4 milhões de pessoas.

67%

afirmaram que **conquistaram mais independência financeira** por meio dos **serviços oferecidos pelo Nubank.**

72%

afirmaram que **conseguiram guardar dinheiro** e, destes, 67% disseram que os **serviços do Nubank contribuíram** para que isso acontecesse.

77%

declararam que o **Nubank impactou positivamente** sua vida financeira.

[Acesse aqui](#) a pesquisa completa e confira todas as descobertas sobre o impacto do Nubank na vida das pessoas.

Para o Nubank, a inclusão financeira envolve sete elementos:

1. Acesso a produtos e serviços financeiros

2. Controle financeiro e independência

3. Resiliência financeira

4. Capacidade de realizar pagamentos e comprar mercadorias

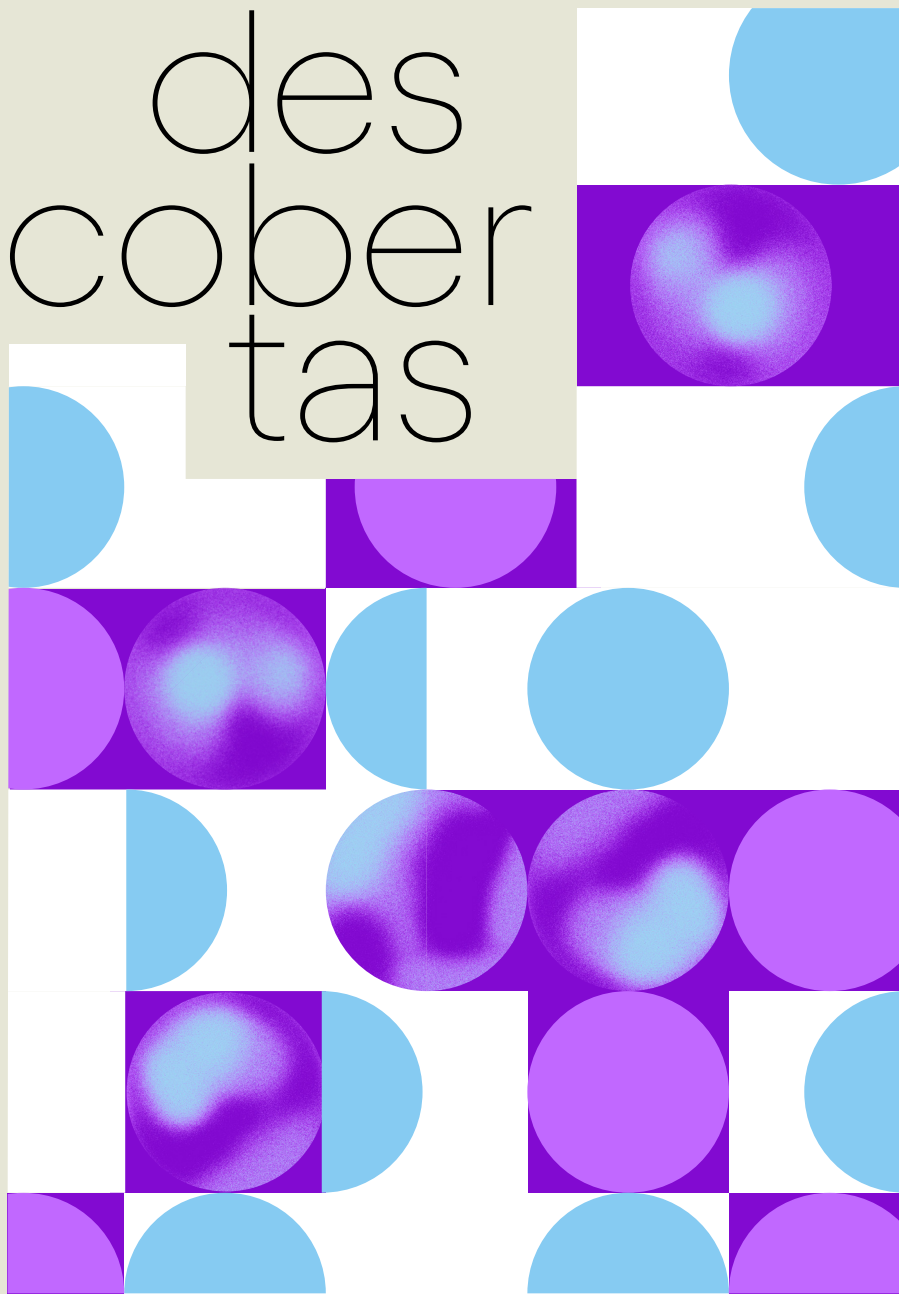
5. Poupança e investimentos

6. Objetivos financeiros

7. Educação financeira

Na seção a seguir, apresentamos dados que mostram como o Nubank promove cada elemento da inclusão financeira na prática, segundo a análise de dados agregados dos nossos clientes.

des cobertas



Tão importante quanto incluir é atender aos grupos que mais precisam dessa inclusão.

No caso dos clientes do Nubank, lideram a inclusão promovida pelo Nu, considerando o período de análise, as mulheres, pessoas de baixa renda (renda familiar total de até três salários mínimos), pessoas com idade entre 18 e 30 anos e aquelas que moram nas regiões Sudeste e Nordeste.

Esse perfil conversa com a realidade daqueles que ainda não estão incluídos no país. O [Relatório da Cidadania Financeira do Banco Central](#), de 2021, mostra que já há um equilíbrio entre homens e mulheres no Sistema Financeiro Nacional (SFN). Porém, os homens têm uma média maior de relacionamentos com alguma instituição financeira: são 4,6 relacionamentos contra 4,2 das mulheres.

"Além disso, há importante desproporção entre os sexos nos relacionamentos com IFs [*instituições financeiras*] do mercado de capitais (71% de homens). No relacionamento dos jovens com as cooperativas, os homens (55%) estão representados também em maior proporção que as mulheres", apontou o Banco Central no relatório.

E é a região Nordeste que apresenta os piores níveis do Índice de Cidadania Financeira (ICF), também do Banco Central. O ICF considera fatores como a quantidade de pontos de atendimento, percentual da população com acesso à internet, percentual de adultos com relacionamento bancário e com crédito, entre outros fatores.

Em 2021, o ICF do Nordeste variou de 18,8 pontos (Maranhão) a 46,6 (Sergipe), dependendo do estado. O ICF vai de 0 a 100 – quanto mais próximo de 100, melhor é a situação do estado.

O perfil dos excluídos financeiros no Brasil também está alinhado ao que se observa em outras partes do mundo. Segundo o [*Global Findex de 2021*](#), estudo do Banco Mundial sobre inclusão financeira e meios de pagamentos digitais, "a diferença de gênero no acesso ao financiamento diminuiu, mas ainda existe. As mulheres, juntamente com os pobres, são mais propensas a não ter identificação ou telefone celular, a viver longe de uma agência bancária e a necessitar de apoio para abrir e utilizar efetivamente uma conta financeira".

O estudo mostra que, no mundo, 78% dos homens e 74% das mulheres têm uma conta – uma diferença entre os gêneros de 4 pontos percentuais. As economias em desenvolvimento (grupo que inclui o Brasil) têm uma diferença média maior, de 6 pontos percentuais: 74% dos

homens e 68% das mulheres têm uma conta. Além de representarem a maior parte dos desbancarizados, as mulheres também ficam atrás quando a análise é sobre as oportunidades de acesso. A [pesquisa do CEBR](#) (Centre for Economics and Business Research) para a Principal Financial Group mostrou que 46% das mulheres dizem que têm acesso suficiente a produtos de empréstimos. Entre os homens, o percentual salta para 64%. Quando o assunto é investimento, a diferença é parecida: 66% dos homens afirmaram ter acesso a esse tipo de produto, contra 49% das mulheres.

Ou seja, a nossa análise mostrou que o Nubank incluiu um perfil que representa boa parte dos excluídos não só no Brasil, como no mundo. Confira mais detalhes abaixo.

ACESSO A PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS

Como já visto, ter acesso a produtos e serviços financeiros é parte da inclusão financeira.

E a oferta de crédito responsável, por meio do cartão de crédito e do empréstimo pessoal, é uma das primeiras etapas para a inserção da população no sistema financeiro.

Por isso, avaliamos o perfil dos clientes que entraram na nossa base de cartão de crédito e/ou que contrataram um empréstimo pessoal entre julho de 2021 e julho de 2022.

Nesse período, considerando os entrantes, constatamos que **5,7 milhões de pessoas sem qualquer histórico de crédito conseguiram um cartão de crédito com algum limite aprovado com o Nubank e 2,5 milhões conseguiram fazer o primeiro empréstimo pessoal com a gente.**

Abaixo, detalhamos o perfil dos incluídos nesses produtos.

CARTÃO DE CRÉDITO

Para definir que o cliente que entrou na base de cartão de crédito no Nubank não tinha histórico de crédito,

fizemos uma análise de dados no SCR (Sistema de Informações de Crédito), do Banco Central, por um período de seis meses anteriores à solicitação do cartão de crédito. Caso o cliente não tenha tido uma relação de crédito nas modalidades abaixo durante o período analisado, consideramos que ele adquiriu o primeiro cartão de crédito com o Nubank.

Definição das modalidades consideradas para a análise:

1304 Cartão de crédito: compra à vista e parcelada lojista

1904 Cartão de crédito: limites contratados e não utilizados em cartão de crédito

0204 Crédito rotativo vinculado a cartão de crédito

0210 Cartão de crédito: compra, fatura parcelada ou saque financiados pela instituição emitente do cartão

0218 Cartão de crédito não migrado

0303 Antecipação de fatura de cartão de crédito

Diante disso, constatamos que no período entre julho de 2021 e julho de 2022, 5,7 milhões de pessoas sem qualquer histórico de crédito conseguiram um cartão de crédito com o Nubank.

Nesse período, foram emitidos mais de 103 milhões de cartões de crédito no país, dos quais pouco mais de 44,6 milhões estavam ativos, segundo [dados do Banco Central](#). Ou seja, a quantidade de cartões emitidos pelo Nubank para pessoas sem histórico de crédito representa 5,53% do total de cartões emitidos e 12,78% dos cartões ativos no país entre julho de 2021 e o final de junho de 2022.

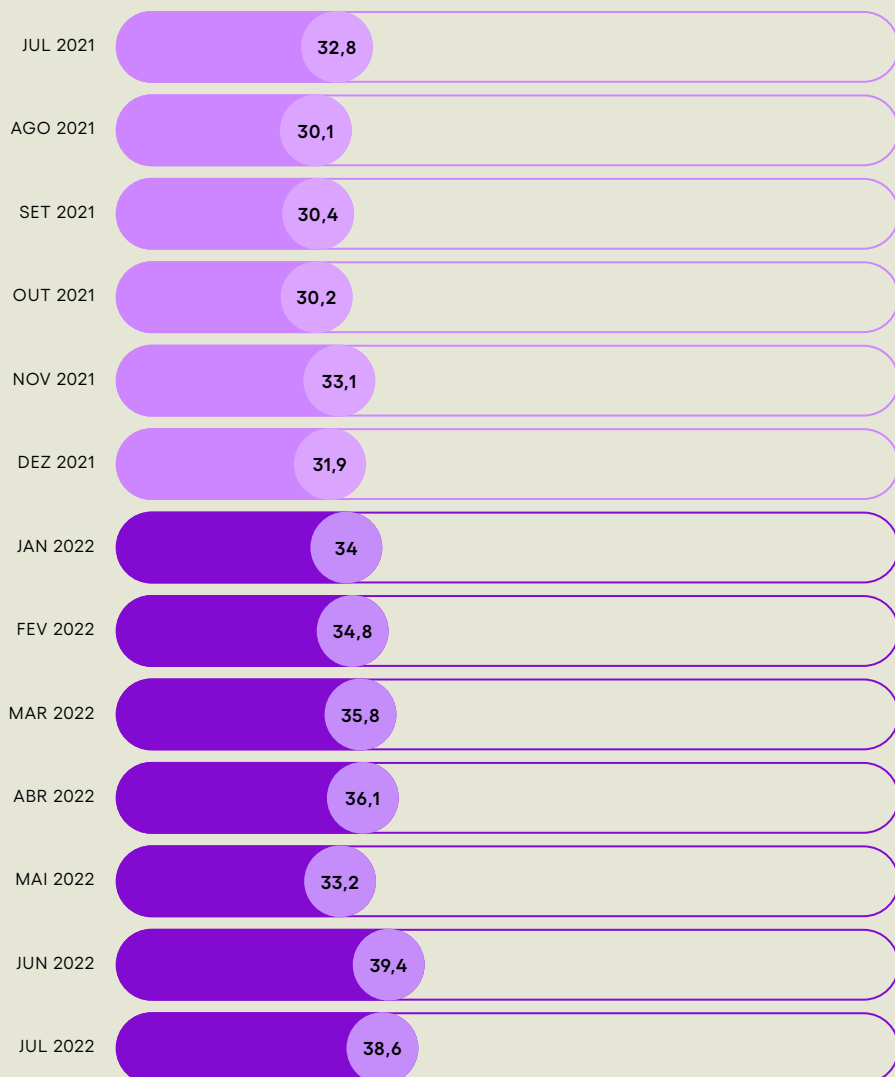
O **Gráfico 1** mostra que os meses de junho e julho de 2022 foram os que mais receberam pessoas que conquistaram seu primeiro cartão de crédito na vida com o Nubank, em relação ao total da base de clientes com cartão do Nu. Essa representatividade cresceu ao longo do tempo: em julho de 2021, as pessoas incluídas eram 32,79% do total de clientes que entraram na base do nosso cartão. Já em julho de 2022, esse número passou a ser 38,58%. Esse crescimento mostra que há uma evolução na inclusão promovida pelo Nubank.

Novos clientes com o primeiro cartão de crédito da vida com o Nubank (em %)

Legenda

2021

2022



MULHERES REPRESENTAM A MAIOR
PARCELA DAQUELES QUE CONSEGUIRAM
O PRIMEIRO CARTÃO COM O NUBANK

Quando perguntados sobre o gênero com os quais se identificam,

as pessoas que tiveram acesso ao primeiro cartão de crédito com o Nubank responderam que são, em grande parte, mulheres (44,5%). Os homens são 35,5% e 20% não informaram esse dado.

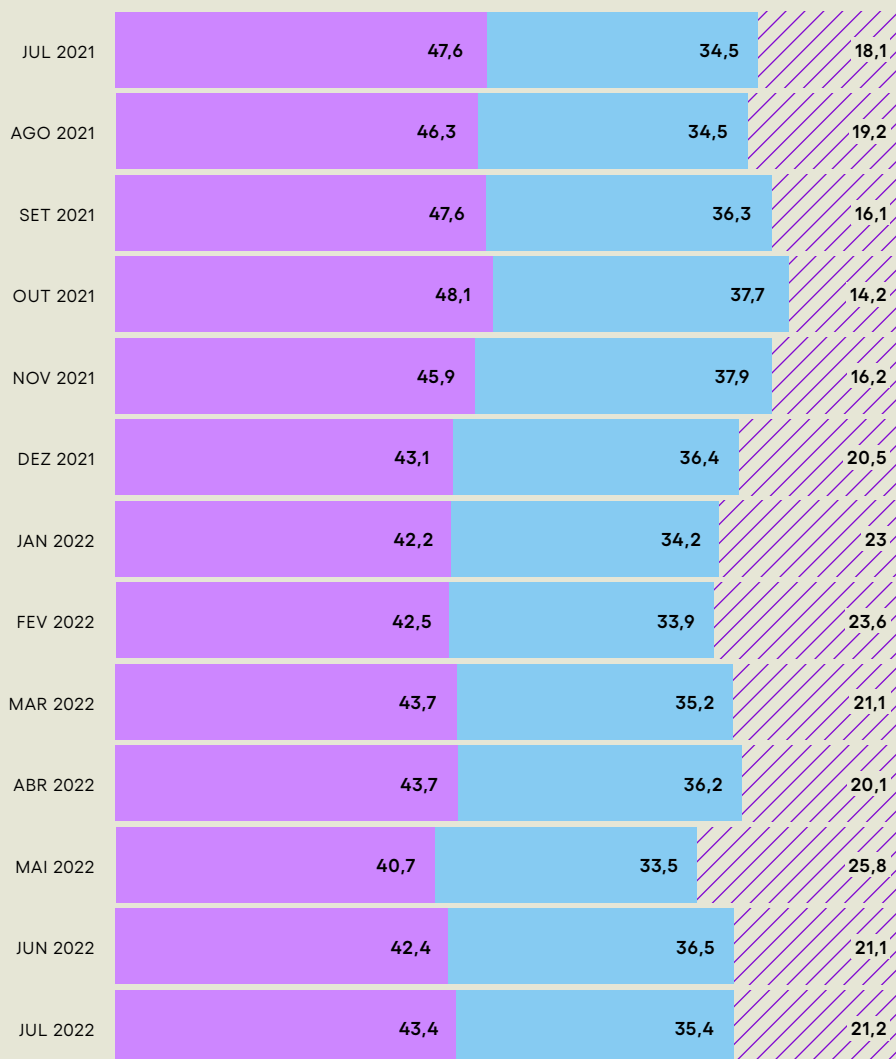
Veja a distribuição por gênero no **Gráfico 2**. Ao longo do período analisado, essa distribuição não apresenta grandes variações – o que mostra consistência na inclusão das mulheres.

Ao compararmos o perfil de gênero dos incluídos com o perfil dos clientes que já tinham cartão de crédito em outras instituições, é possível notar que a diferença é pouco significativa, como mostra o **Gráfico 3** – lembrando que aqui há uma parcela de pessoas que não informou esse dado.

Clientes que tiveram seu 1º cartão de crédito com o Nubank, por gênero (em %)

Legenda

- MULHERES
- HOMENS
- NÃO RESPONDERAM



Comparação entre quem teve seu 1º cartão de crédito com o Nubank e quem já tinha em outros bancos, por gênero (em %)

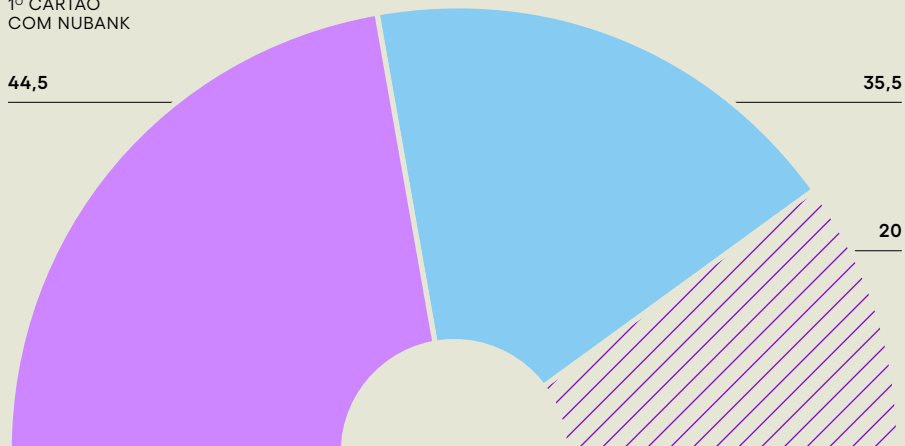
Legenda

MULHERES

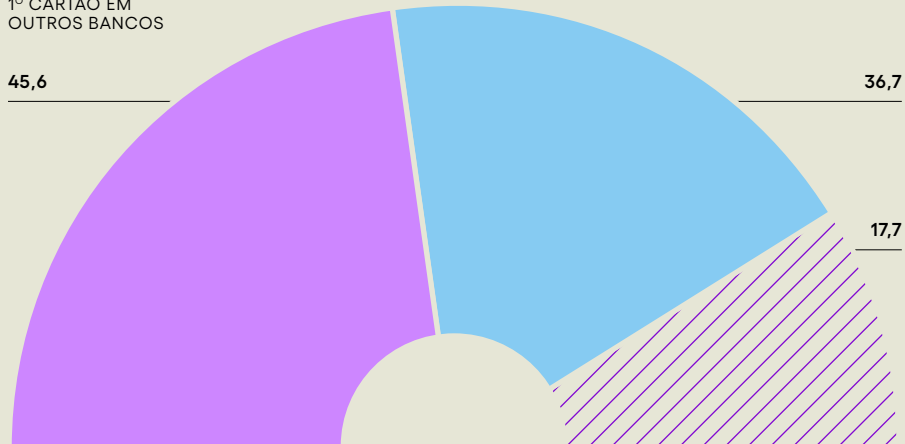
HOMENS

NÃO RESPONDERAM

1º CARTÃO COM NUBANK



1º CARTÃO EM OUTROS BANCOS



INCLUÍDOS PELO NUBANK ESTÃO PRINCIPALMENTE
NAS REGIÕES SUDESTE E NORDESTE

Grande parte dos incluídos pelo Nubank por meio do cartão de crédito está concentrada nas regiões Sudeste (37,4%) e Nordeste (31,4%).

No **Gráfico 4**, é possível verificar a participação das regiões mês a mês. Considerando o perfil dos excluídos financeiros, nota-se que o Nubank atinge a região mais desassistida, o Nordeste.

Clientes que tiveram seu 1º cartão de crédito com o Nubank, por região do Brasil (em %)

Legenda

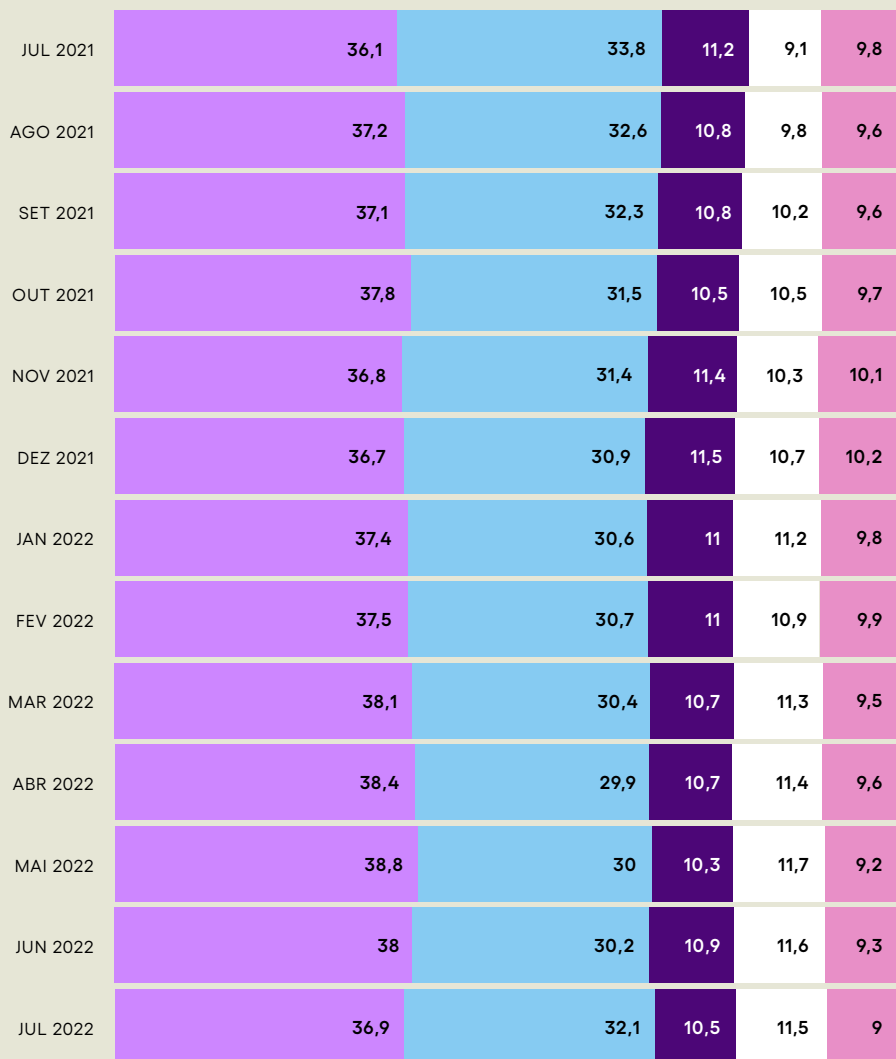
NORTE

NORDESTE

CENTRO-OESTE

SUDESTE

SUL



Sobre o Sudeste, embora a região tenha os melhores níveis no Índice de Cidadania Financeira do Banco Central – que variam de 53,3 pontos (Minas Gerais) a 69,9 (São Paulo) –, ela concentra a maior parte da população do país, em torno de 42%, segundo a [prévia do Censo 2022 do IBGE](#) (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e, por isso, apresenta uma variação de renda compatível com o tamanho da sua população.

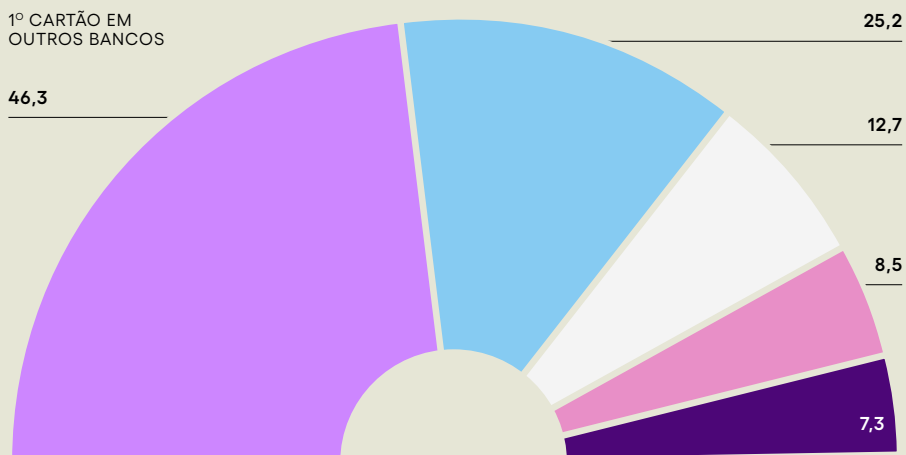
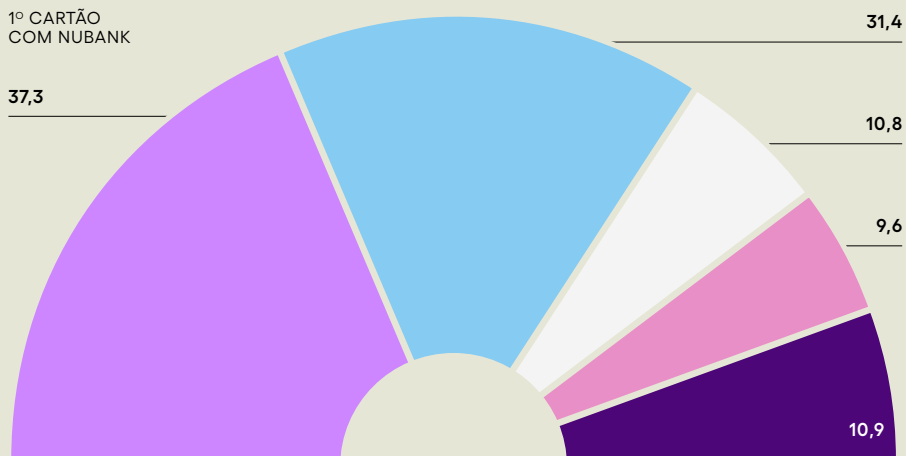
Além disso, a região Sudeste foi a que apresentou o maior percentual de brasileiros que caíram de classe social em 2022, entre todas as regiões, segundo a última pesquisa sobre [desigualdade social da Oxfam Brasil](#) com o Datafolha: 25% dos moradores da região caíram de nível socioeconômico.

Ao comparar o perfil geográfico dos clientes que já tinham cartão com os incluídos, é possível verificar que os dois grupos estão concentrados nas regiões Sudeste e Nordeste. Contudo, a proporção dos incluídos nessas regiões é maior, como é possível observar no [Gráfico 5](#).

Comparação entre quem teve seu 1º cartão de crédito com o Nubank e quem já tinha com outros bancos, por região (em %)

Legenda

- NORTE
- NORDESTE
- CENTRO-OESTE
- SUDESTE
- SUL



BAIXA RENDA LIDERA INCLUÍDOS POR MEIO DO PRIMEIRO CARTÃO DE CRÉDITO

Os clientes do Nubank incluídos por meio do cartão de crédito são principalmente de baixa renda.

Os dados mostram que, na média, 17,5% deles entraram na base de cartão do Nu com renda individual de até R\$ 1 mil e 62,7% com renda entre R\$ 1 mil e R\$ 2,5 mil. A informação de renda mensal é individual (e não familiar), reportada pelo próprio cliente no aplicativo no momento do cadastro, pode ser atualizada por ele a qualquer momento e não passa por verificação de comprovação.

Na avaliação mensal, a inclusão média está concentrada entre as pessoas de baixa renda, como é possível verificar no **Gráfico 6**.

O **Gráfico 7** mostra que há uma diferença no perfil de renda dos incluídos e daqueles que já tinham cartão com outras instituições. Nota-se que os clientes que tiveram seu primeiro cartão com o Nu têm renda mais baixa do que os clientes que já possuíam um cartão previamente.

Clientes que tiveram seu 1º cartão de crédito com o Nubank, por renda (em %)

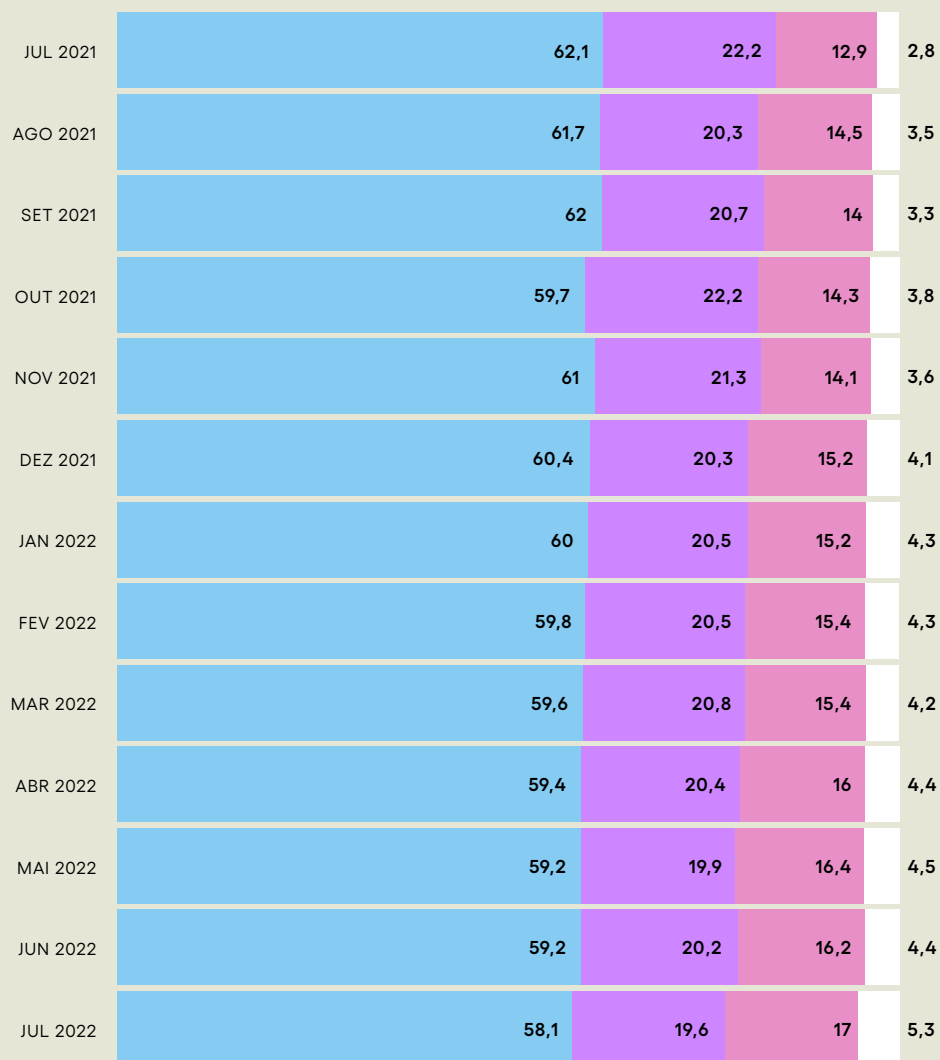
Legenda

0 – 1 MIL

2,5 – 5 MIL

1 – 2,5 MIL

5 MIL OU MAIS



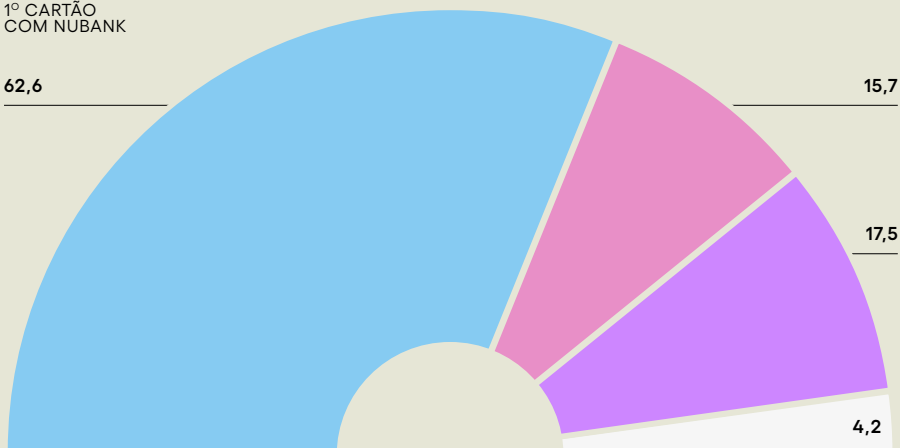
Comparação entre quem teve seu 1º cartão de crédito com o Nubank e quem já tinha com outros bancos, por renda (em %)

Legenda

- 0 – 1 MIL
- 1 – 2,5 MIL
- 2,5 – 5 MIL
- 5 MIL OU MAIS

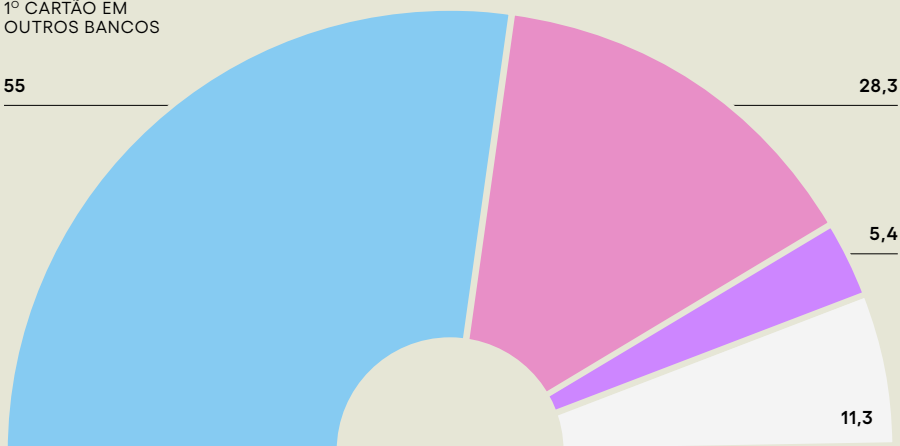
1º CARTÃO COM NUBANK

62,6



1º CARTÃO EM OUTROS BANCOS

55



JOVENS MUDARAM SISTEMA
FINANCEIRO E REPRESENTAM BOA
PARTE DOS INCLUÍDOS PELO NUBANK

Considerando a faixa de idade, os incluídos pelo Nubank a partir do cartão de crédito são jovens:

na média, 56,5% têm idade entre 18 e 30 anos, e 18,5% têm idade entre 31 e 40 anos.

De acordo com o relatório do Banco Central, na última década, os brasileiros diversificaram seus relacionamentos financeiros e os jovens foram os principais representantes dessa mudança. Uma análise da entrada dos cidadãos no Sistema Financeiro Nacional mostrou que, entre 2011 e 2015, os bancos foram responsáveis por 96% dos primeiros relacionamentos dos jovens, assim como da população em geral.

Contudo, entre 2016 e 2020, os bancos passaram a dividir esse papel com outros tipos de instituição, principalmente as Instituições de Pagamento (IPs). "Notadamente, um a cada quatro jovens entre 15 e 19 anos iniciou seu primeiro relacionamento em instituições não bancárias. Foi também para essa faixa etária que houve o maior aumento de aberturas de contas no sistema cooperativo e em IPs", constatou o BC.

Apesar disso, o percentual dos mais velhos entre os entrantes no Nubank é representativo: na média, 22,3% têm idade entre 41 e 60 anos, e 2,7% têm acima de 60 anos. E foi esse grupo, com idade acima de 41 anos, que mais cresceu em participação ao longo dos meses analisados.

O **Gráfico 8** mostra que, em julho de 2021, os clientes com idade acima de 41 anos somaram 20% do total dos entrantes. Em julho de 2022, a participação desse grupo subiu para 30,9%.

Clientes que tiveram seu 1º cartão de crédito com o Nubank, faixa etária (em %)

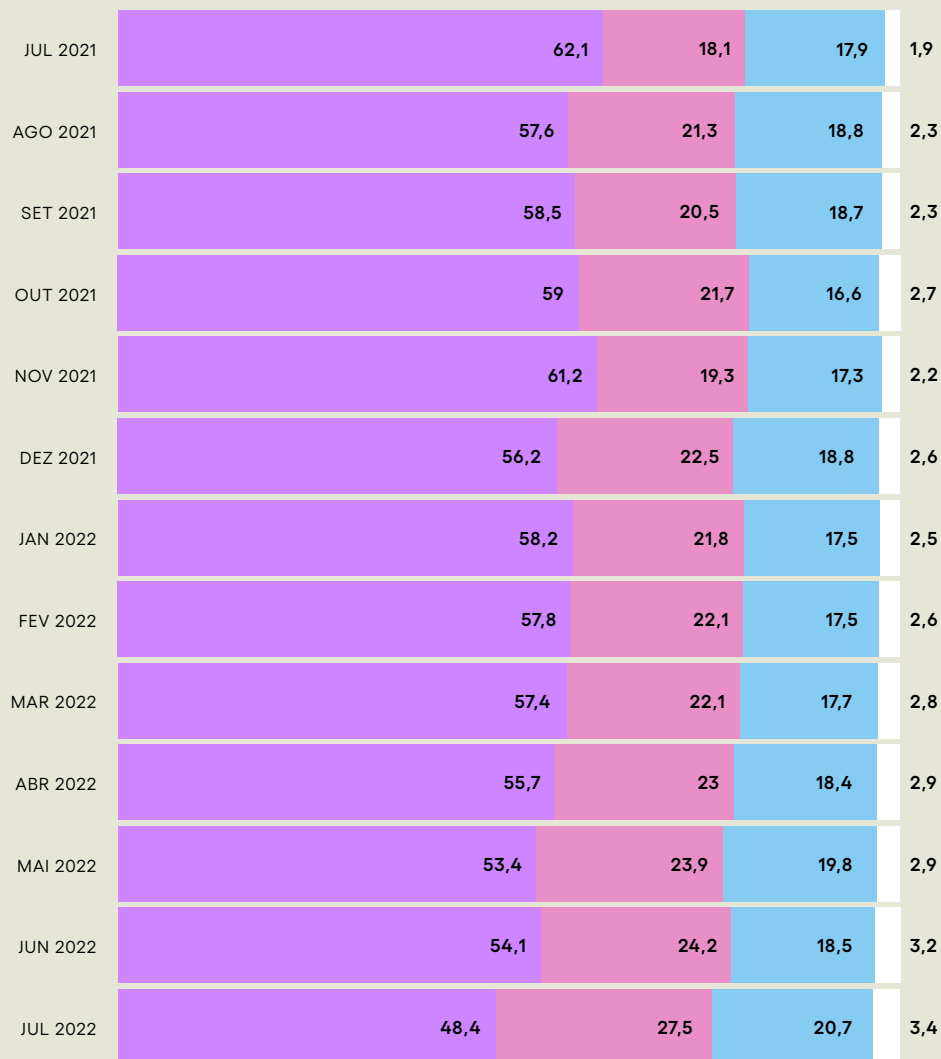
Legenda

18 A 30

41 A 60

31 A 40

61 OU MAIS



A faixa que vai de 31 a 40 anos também aumentou: representava 17,9% do total e agora é 20,7%.

A única faixa etária que diminuiu em participação foi justamente a mais nova, entre 18 e 30 anos, que representava 62,1% dos entrantes, em julho de 2021, e passou a ser 48,4% em julho de 2022.

Esse crescimento das faixas de maior idade pode estar relacionado ao aumento do uso dos celulares entre as pessoas mais velhas, principalmente durante o período da pandemia de Covid-19, que exigiu um isolamento mais rigoroso desse grupo.

As pesquisas anuais do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) mostram que o percentual de pessoas com idade acima de 60 anos que usam celulares era de menos de 10% em 2014 e passou dos 65% em 2020.

E esse grupo realmente tem usado o dispositivo para fazer transações financeiras. O [Observatório Febraban](#), pesquisa realizada em setembro de 2022, identificou que 85% dos entrevistados com idade acima de 60 anos acessam a internet todos os dias ou quase todos. E 75% deles usam o celular para acessar serviços bancários digitais.

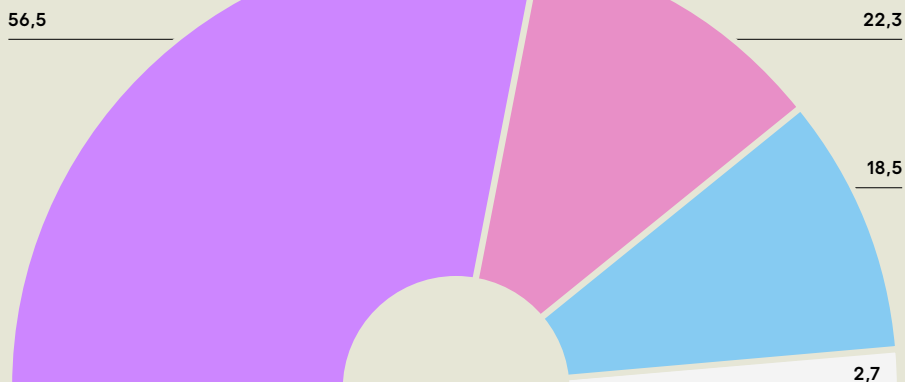
Quando comparamos os clientes incluídos com aqueles que já tinham cartão de crédito, notamos que há uma grande quantidade de jovens sendo incluídos em comparação aos clientes que já possuíam cartão em outra instituição, como mostra o [**Gráfico 9**](#). Eles são 56,5% entre os incluídos e 27,9% entre aqueles que já tinham cartão em outra instituição.

Comparação entre quem teve seu 1º cartão de crédito com o Nubank e quem já tinha com outros bancos, por faixa etária (em %)

Legenda

- 18 - 30
- 31 - 40
- 41 - 60
- 61 OU MAIS

1º CARTÃO COM NUBANK



1º CARTÃO EM OUTROS BANCOS



EMPRÉSTIMO PESSOAL

Como já visto anteriormente, as definições de inclusão financeira das principais instituições mundiais reforçam a ideia de que abrir uma conta bancária é o primeiro passo para a inclusão, mas é preciso mais, como garantir o acesso ao crédito responsável.

Além de promover a inclusão por meio de seu portfólio de produtos e serviços, com destaque para o cartão de crédito, o Nubank também atua na oferta de crédito pessoal.

Entre julho de 2021 e julho de 2022, cerca de 2,5 milhões de pessoas conseguiram o primeiro empréstimo da vida com a gente. É importante ressaltar que os dados representam clientes únicos, ou seja, cada

pessoa é contada apenas uma vez, ainda que tenha contraído mais de um empréstimo com o Nubank. Para definir que o cliente conseguiu um empréstimo com o Nubank pela primeira vez, fizemos uma análise de dados no SCR (Sistema de Informações de Crédito), do Banco Central, por um período de seis meses anteriores à entrada do cliente no Nubank, para verificar se o cliente tinha algum registro de empréstimo no seu histórico de operações bancárias.

Caso o cliente não tenha tido uma relação de crédito nas modalidades abaixo durante o período analisado, consideramos que ele adquiriu o primeiro empréstimo pessoal com o Nubank.

Definição das modalidades consideradas para a análise:

0202 Crédito pessoal com consignação em folha de pagamento

0203 Crédito pessoal sem consignação em folha de pagamento

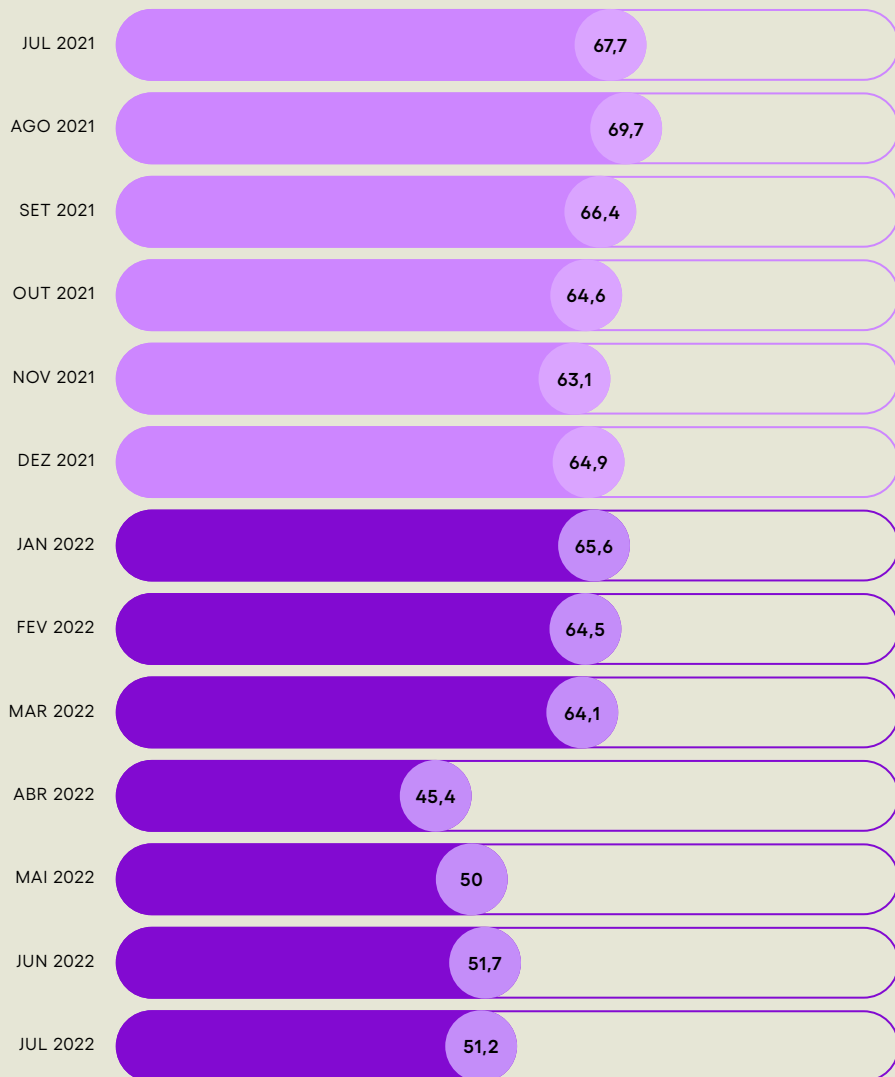
O **Gráfico 10** mostra que, do total dos clientes que conseguiram empréstimo com o Nubank, em torno de 64,5%, na média, não tinham histórico de crédito com outra instituição financeira. Observando os dados, mês a mês, é possível notar que em julho de 2021, 67,7% do total de clientes que contrataram empréstimos com a gente não tinha esse histórico. Esse número foi de 51,2% em julho de 2022.

Clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank (em %)

Legenda

2021

2022



ACESSO AO CRÉDITO CRESCE, MAS AINDA É DESIGUAL

Entre 2017 e 2020, houve um crescimento do percentual da população adulta com acesso ao crédito, de 44% para 49%, segundo dados do Banco Central.

Esse crescimento foi verificado em todas as faixas de renda: foi de 23% entre as pessoas com renda baixa (até R\$ 1,5 mil) e alta (acima de R\$ 5,2 mil), e de 26% entre os que têm renda média (que vai de R\$ 1,5 mil a R\$ 5,2 mil para o BC).

Apesar do aumento no acesso, ainda há uma grande concentração do crédito entre as faixas mais altas, segundo o relatório da Cidadania Financeira do Banco Central. Ao final de 2020, o saldo de crédito era de R\$ 258 bilhões para a população de baixa renda e de R\$ 914 bilhões para a população de renda média. Contudo, o saldo de crédito acumulado pelos 10% da população de alta renda foi de aproximadamente R\$ 1 trilhão, cerca de quatro vezes a carteira da faixa de menor renda.

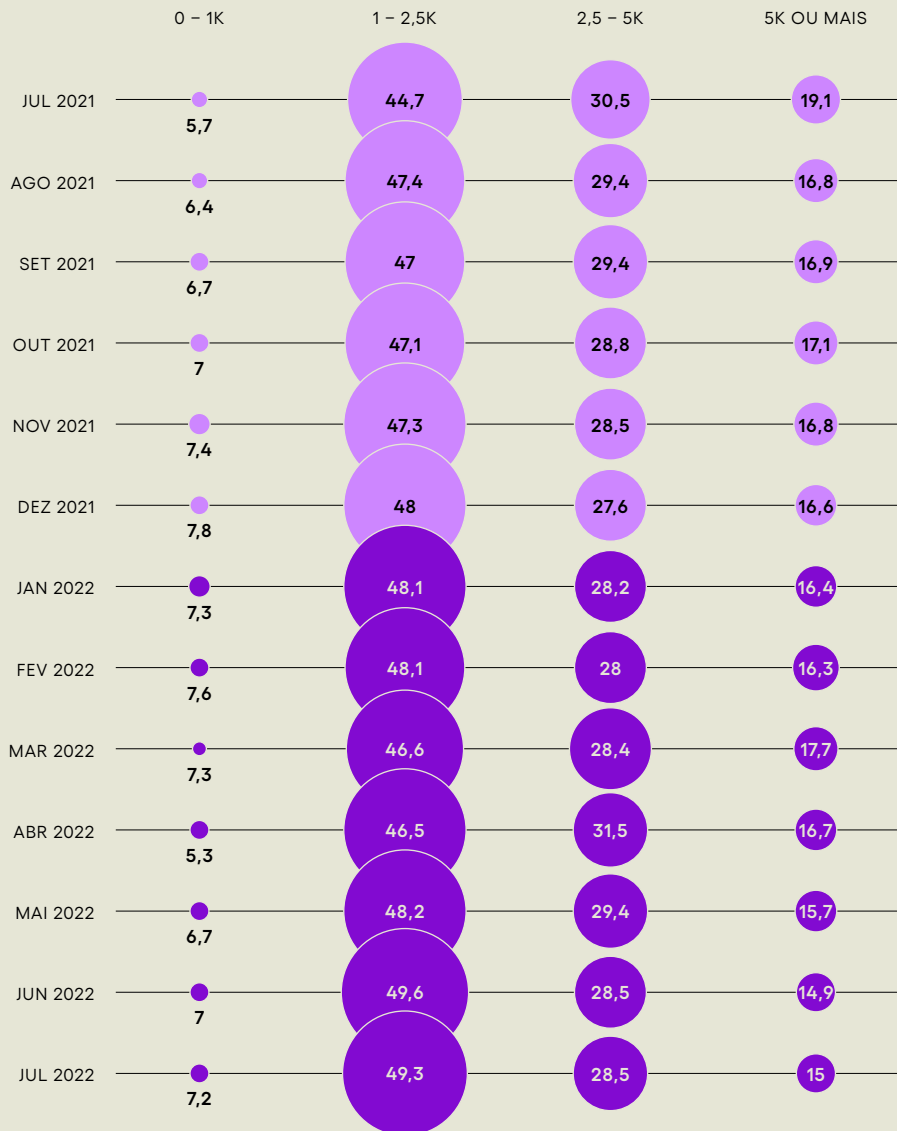
Em outras palavras, o acesso ao crédito cresce, mas ainda de forma muito desigual. Os dados do Nubank mostram, porém, que as pessoas incluídas por meio do crédito pessoal responsável no período de análise são justamente aquelas menos favorecidas no sistema financeiro. **Ou seja, vamos na direção contrária à realidade do país, como é possível ver no Gráfico 11.** Ele mostra que, na média, 54,5% dos clientes que tiveram o primeiro empréstimo pessoal da vida com o Nubank tinham renda de até R\$ 2,5 mil. Outros 29% tinham renda entre R\$ 2,5 mil e R\$ 5 mil e a menor parcela, de 16,4%, tinha uma renda declarada acima de R\$ 5 mil.

Assim como no caso do cartão de crédito, aqui a informação de renda mensal é individual (e não familiar), reportada pelo próprio cliente no aplicativo no momento do cadastro, pode ser atualizada por ele a qualquer momento e não passa por verificação de comprovação.

O perfil de renda das pessoas que contrataram o primeiro empréstimo com o Nubank é diferente do perfil de renda dos demais clientes do Nubank que fizeram empréstimo pessoal com outras instituições financeiras antes de fazer com a gente. Enquanto entre os incluídos em torno de 54,5% tinha renda de até R\$ 2,5 mil, entre os demais clientes o percentual para essa faixa de renda cai para 40,6%, como mostra o **Gráfico 12.**

Clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank, por renda (em %)

Legenda
● 2021
● 2022

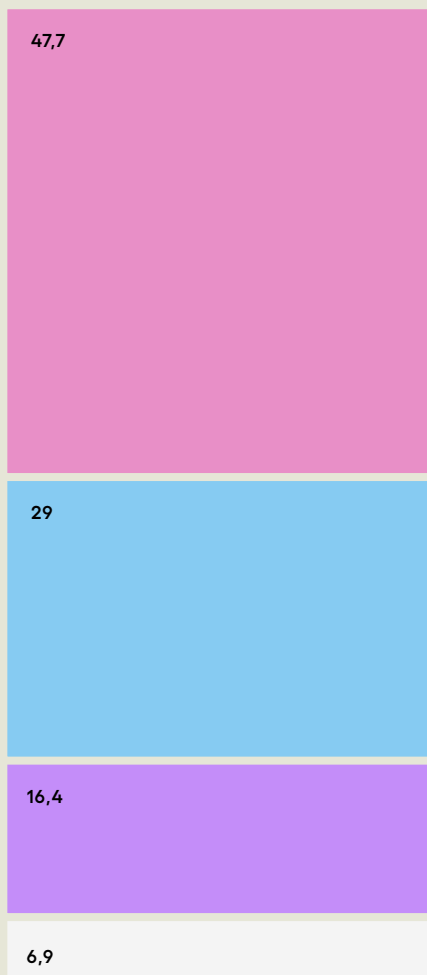


Comparação entre clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank e em outros bancos, por renda (em %)

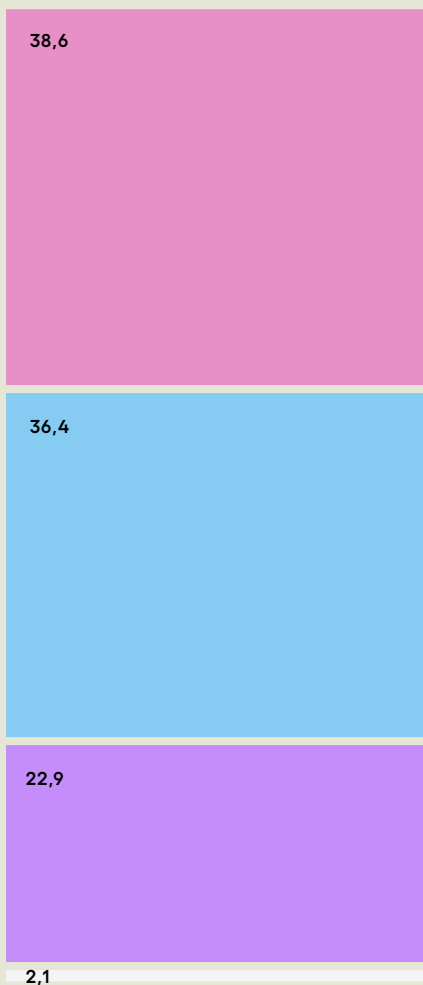
Legenda

- 0 – 1 MIL
- 1 – 2,5 MIL
- 2,5 – 5 MIL
- 5 MIL OU MAIS

CLIENTES
NUBANK



CLIENTES DE
OUTROS BANCOS



QUEM SÃO AS PESSOAS QUE CONSEGUIRAM O PRIMEIRO EMPRÉSTIMO PESSOAL COM O NUBANK?

Os clientes que foram incluídos por meio do empréstimo têm perfil parecido com aqueles incluídos por meio do cartão de crédito:

são de baixa renda e, como visto anteriormente, são mulheres, pessoas com idade entre 18 e 30 anos, e aquelas que moram, principalmente, nas regiões Sudeste e Nordeste.

Contudo, aqui, a diferença de representatividade entre homens e mulheres é menor do que a verificada entre os incluídos por meio do cartão, como é possível ver no **Gráfico 13**.

A maior parte das pessoas que tiveram acesso ao primeiro empréstimo com o Nubank respondeu que são mulheres (43,5%), mas a parcela dos homens é parecida – eles são 39,6%. Outros 17% não informaram esse dado. Enquanto entre os incluídos com o cartão a diferença entre homens e mulheres é de quase 9 pontos percentuais, em empréstimos essa diferença é de apenas 3,6 pontos percentuais.

O **Gráfico 13** mostra que a representatividade das mulheres ao longo do período analisado se mantém estável, ao passo que a parcela dos homens varia mais para baixo. Em julho de 2021, eles eram 44% dos entrantes de empréstimo pessoal. Esse número caiu para 35% em julho de 2022.

Na comparação com os demais clientes que contrataram empréstimo pessoal com outras instituições financeiras antes de contratar com o Nubank, não há muitas diferenças na distribuição de gênero, como é possível verificar no **Gráfico 14**.

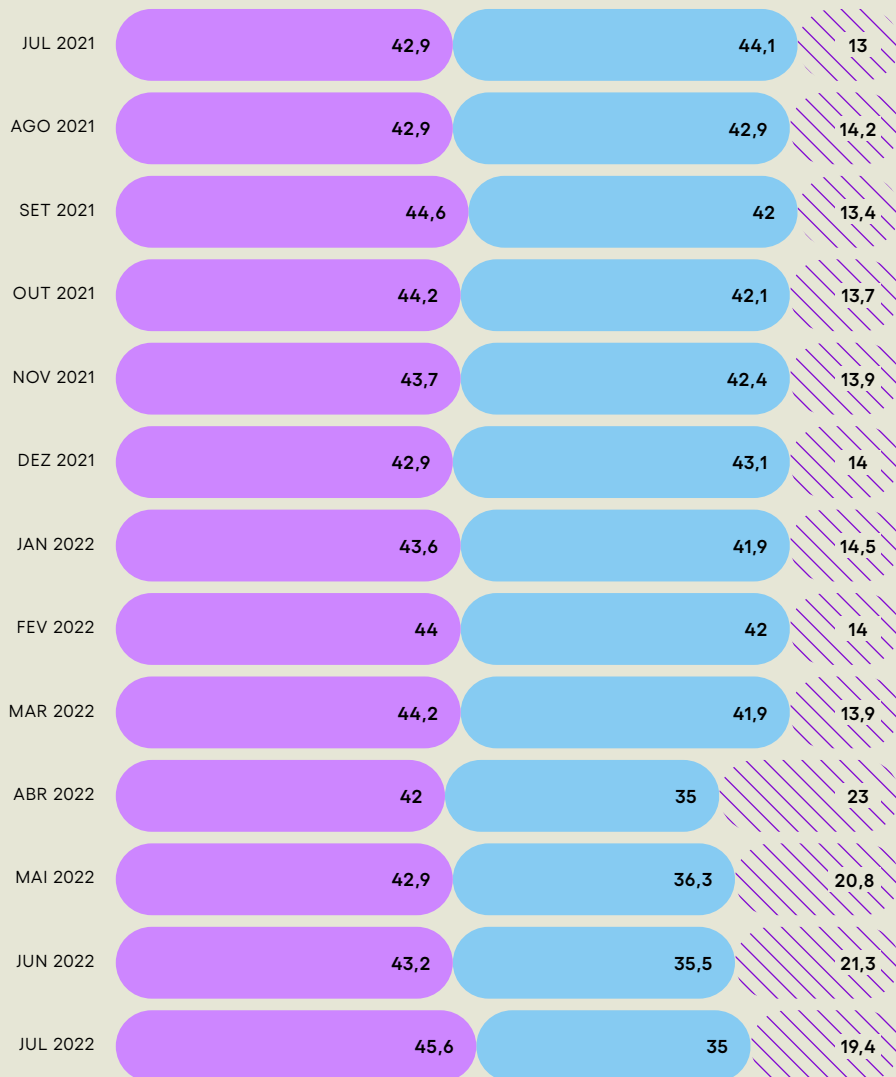
Clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank, por gênero (em %)

Legenda

MULHERES

HOMENS

NÃO RESPONDERAM



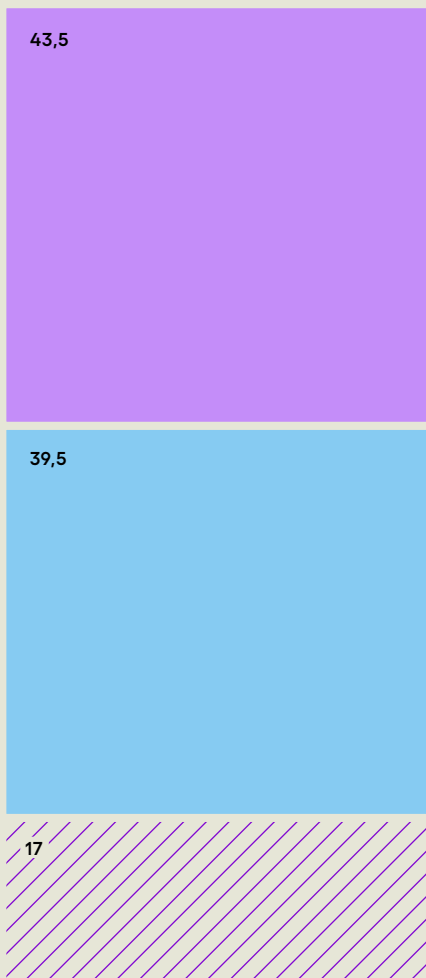
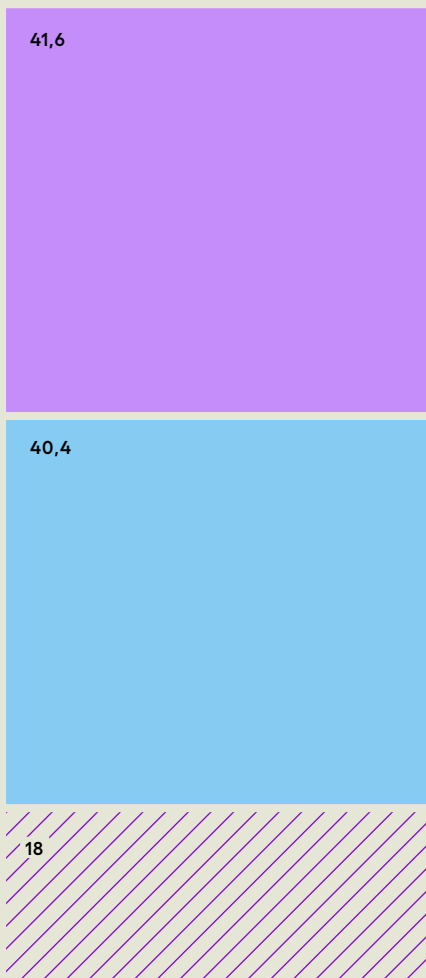
Comparação entre clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank e em outros bancos, por gênero (em %)

Legenda

MULHERES

HOMENS

NÃO RESPONDERAM

CLIENTES
NUBANKCLIENTES DE
OUTROS BANCOS

SUDESTE E NORDESTE TAMBÉM SÃO AS REGIÕES COM MAIS INCLUÍDOS PELO EMPRÉSTIMO NO NUBANK

Assim como ocorreu em cartão de crédito, grande parte dos incluídos pelo Nubank por meio do empréstimo pessoal está concentrada nas regiões Sudeste (42,3%) e Nordeste (25,2%).

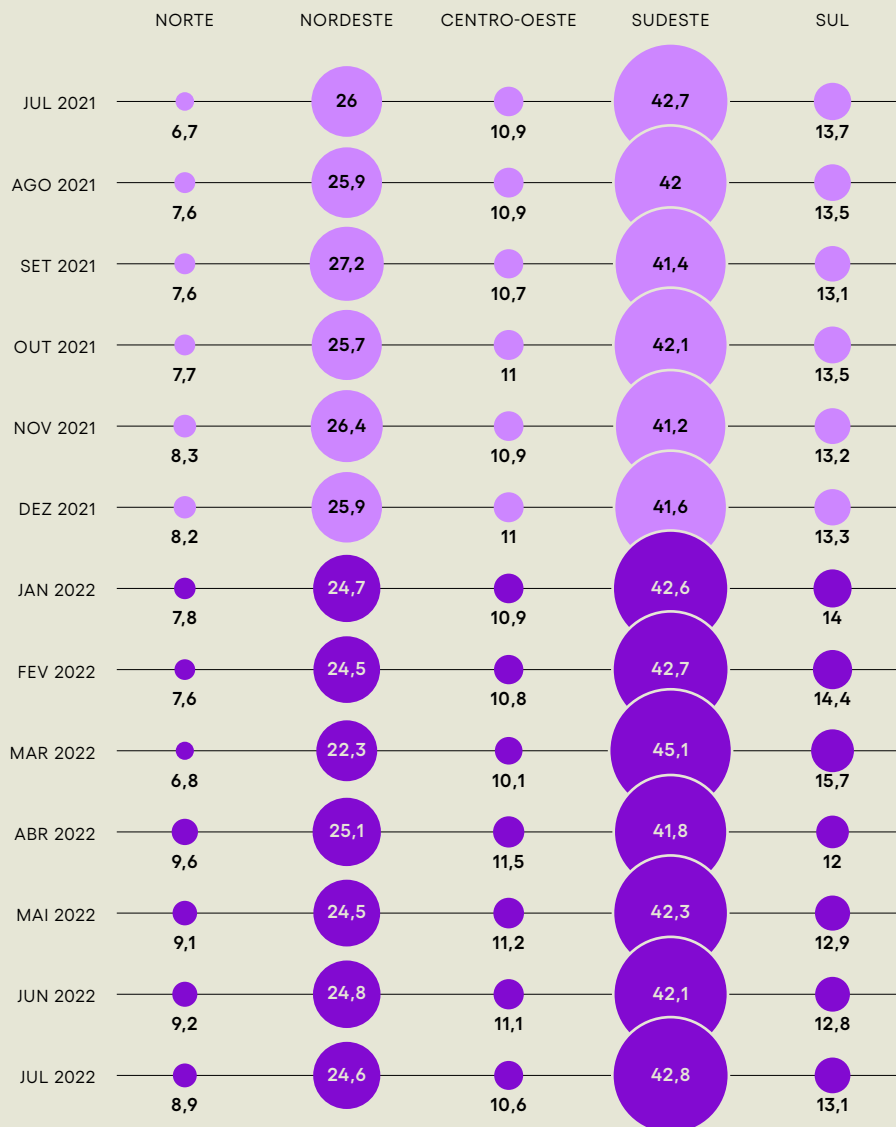
No **Gráfico 15**, é possível verificar a participação das regiões mês a mês. Considerando o perfil dos excluídos financeiros, nota-se que o Nubank atinge, novamente, a região com os indicadores de inclusão financeira mais baixos, segundo o Banco Central, o Nordeste.

No recorte mensal, é possível notar que não há grandes variações na participação dos incluídos por região durante o período de análise.

Quando comparados aos demais clientes que contrataram empréstimo pessoal em outras instituições antes de contratar com o Nubank, os incluídos têm uma presença maior justamente no Nordeste, como mostra o **Gráfico 16**.

Clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank, por região do Brasil (em %)

Legenda
● 2021
● 2022

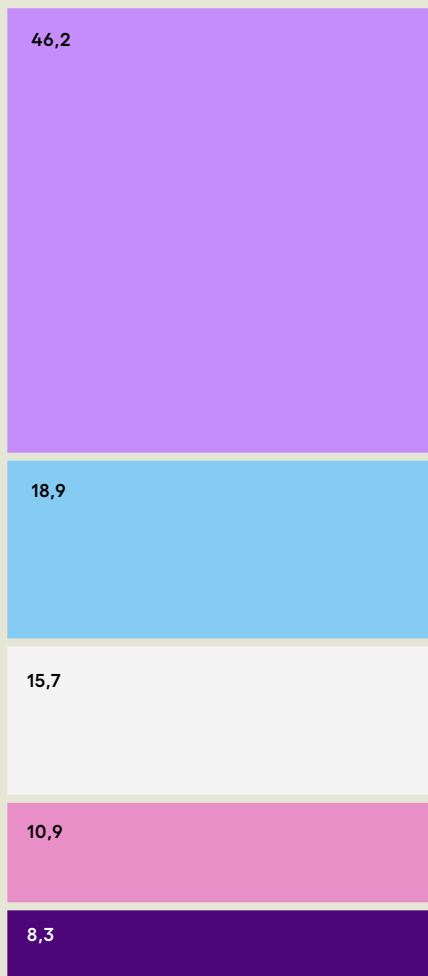


Comparação entre clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank e em outros bancos, por regiões do Brasil (em %)

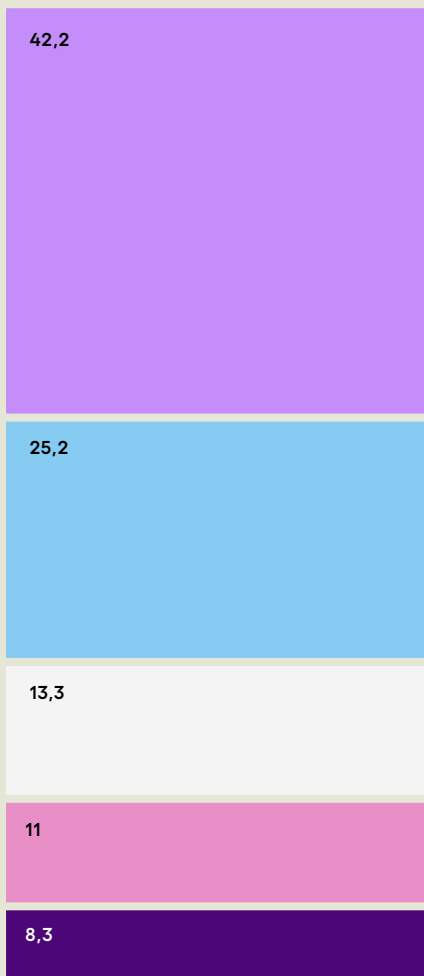
Legenda

- NORTE
- NORDESTE
- CENTRO-OESTE
- SUDESTE
- SUL

CLIENTES NUBANK QUE TÊM EMPRÉSTIMO COM OUTRAS INSTITUIÇÕES



CLIENTES NUBANK COM PRIMEIRO EMPRÉSTIMO



JOVENS TAMBÉM SÃO DESTAQUE NA INCLUSÃO VIA EMPRÉSTIMOS

Considerando a faixa de idade, os incluídos pelo Nubank a partir do empréstimo pessoal são jovens:

na média, 54,6% têm idade entre 18 e 30 anos, e 25,8% têm idade entre 31 e 40 anos. Aqueles com idade entre 41 e 60 anos são 18,4% e as pessoas acima de 60 anos representam apenas 1,2% do total dos incluídos.

Apesar da menor representatividade, o **Gráfico 17** mostra que são justamente as faixas de maior idade que têm crescido entre os incluídos, durante o período de análise. A fatia dos clientes com idade acima de 60 anos era 1,2% do total daqueles que conquistaram o primeiro empréstimo em julho de 2021. Em julho de 2022, eles já eram 1,4% do total. A participação daqueles com idade entre 41 e 60 anos cresceu mais no período: passou de 15,4% para 23,2%.

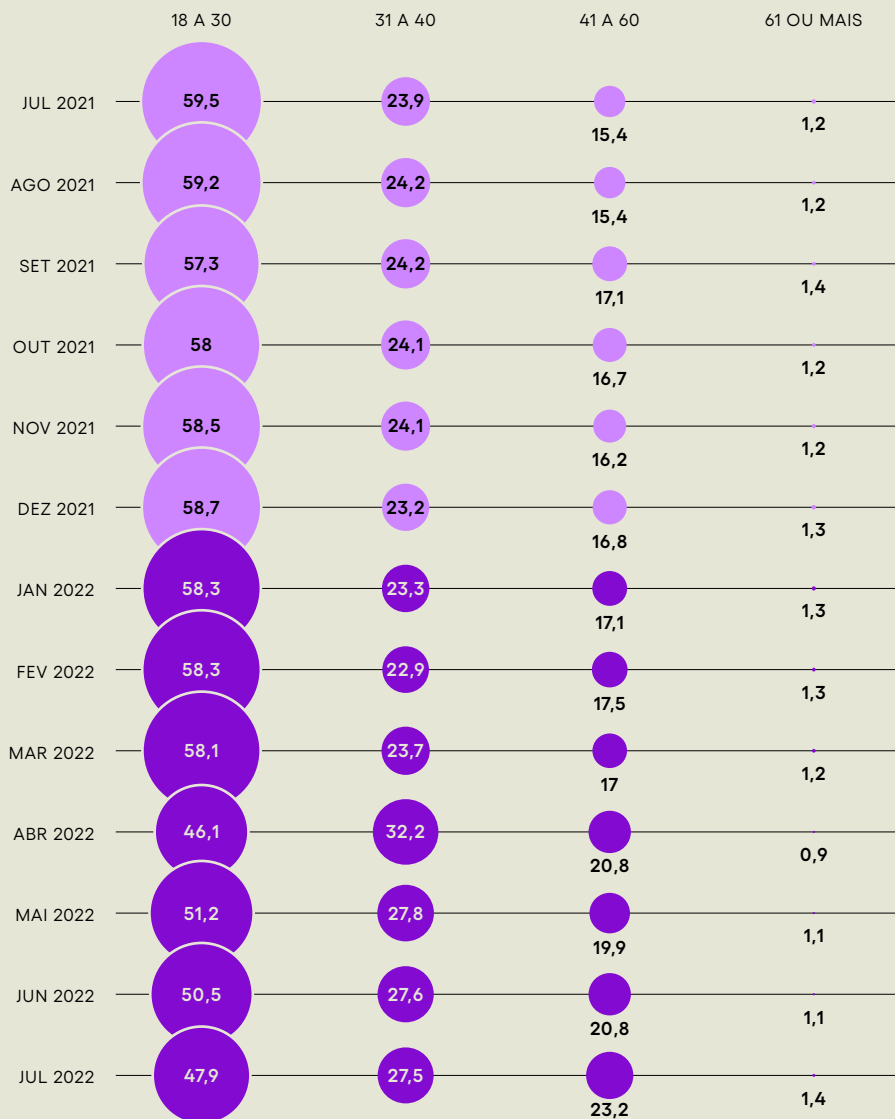
Embora pequeno, esse crescimento é relevante, uma vez que grande parte da oferta de crédito no mercado para essa faixa etária é o consignado – modalidade ainda não oferecida pelo Nubank. Segundo o Banco Central, em dezembro de 2020, o crédito pessoal com consignação para pessoas com idade acima dos 60 anos somou quase R\$ 200 bilhões. Ao todo, foram feitas quase 10 milhões de operações.

Na comparação com os demais clientes, são os jovens com idade entre 18 e 30 anos que se destacam. Entre os incluídos, eles são 54,6%, mas entre os demais clientes eles representam 33,5%, como é possível ver no **Gráfico 18**.

Uma possível explicação para a participação maior dos jovens entre os incluídos é a facilidade da experiência no aplicativo do Nubank, sem burocracias e com informações claras e transparentes sobre as taxas.

Clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank, por faixa etária (em %)

Legenda
● 2021
● 2022

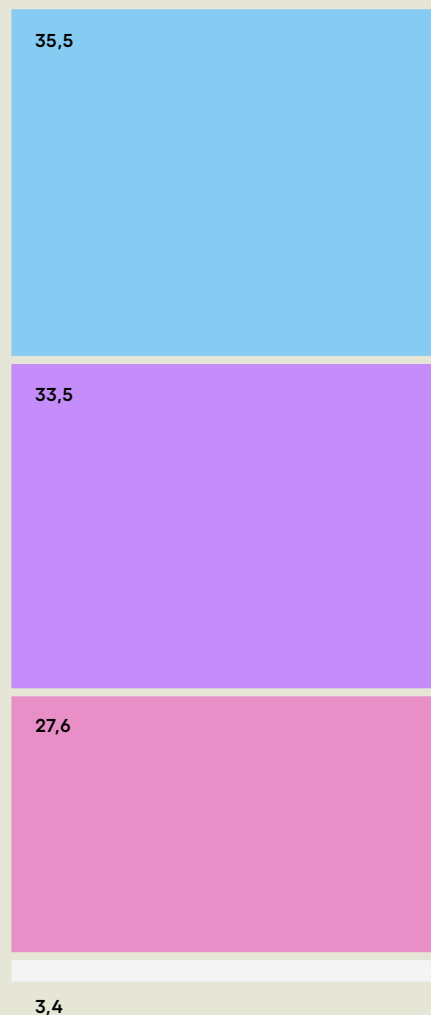


Comparação entre clientes com primeiro empréstimo pessoal no Nubank e em outros bancos, por faixa etária (em %)

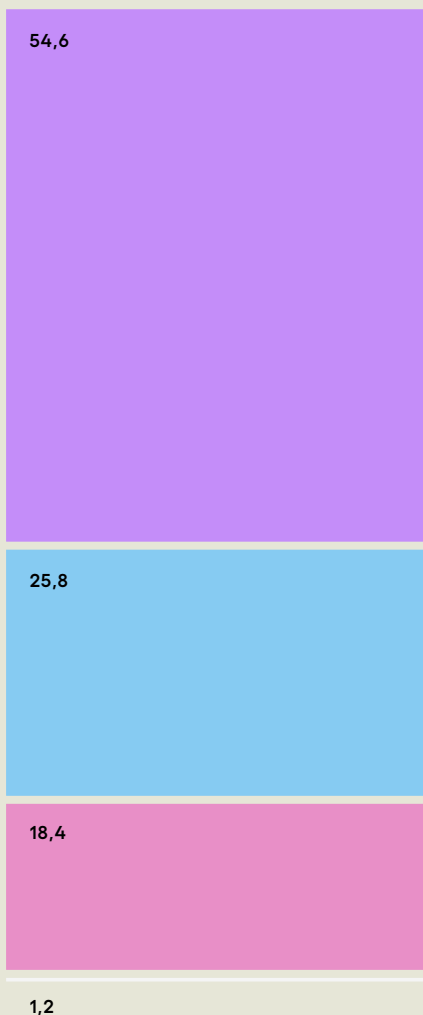
Legenda

- 18 - 30
- 31 - 40
- 41 - 60
- 61 OU MAIS

CLIENTES NUBANK QUE TÊM EMPRÉSTIMO COM OUTRAS INSTITUIÇÕES



CLIENTES NUBANK COM PRIMEIRO EMPRÉSTIMO



CAPACIDADE DE REALIZAR PAGAMENTOS E COMPRAR MERCADORIAS

Milhões de pessoas foram incluídas no sistema financeiro por meio do cartão de crédito e do empréstimo pessoal, mas será que elas conseguem honrar com os seus compromissos?

Segundo os dados, a resposta é sim. O Nubank se manteve constantemente abaixo dos níveis de inadimplência do mercado: 7,4% contra 7,8% do mercado para os produtos de cartão de crédito e empréstimo pessoal no quarto trimestre de 2022, mesmo considerando um mix mais concentrado em clientes de baixa e média renda em relação ao total do mercado.

Dados mais recentes do Banco Central mostram que a taxa de inadimplência do cartão de crédito no país fechou dezembro de 2022 em 7,8%, enquanto o Nubank registrou uma inadimplência no pagamento da fatura do cartão de 5,3% no quarto trimestre de 2022.

Esse baixo percentual de inadimplência entre os incluídos do Nubank também é relevante diante da situação financeira dos brasileiros de uma maneira geral. Segundo a Confederação Nacional do Comércio (CNC), a proporção de endividados em 2022 atingiu o maior número desde 2010, quando a Confederação iniciou a pesquisa.

Os [dados mais recentes](#) mostram que, em 2022, o percentual de famílias que relataram ter dívidas a vencer (cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa) alcançou 77,9% do total das famílias brasileiras.

Além disso, a pesquisa mostrou que, em média, o brasileiro precisou gastar 30,2% de toda a sua renda apenas para pagar dívidas em novembro – sem contar as contas de consumo como água, energia, telefone, gás, etc. Ou seja, a cada R\$ 1 mil de rendimento, R\$ 302 foram destinados ao pagamento das dívidas.

Diante dessa realidade, de agosto de 2020 a agosto de 2022, o Nubank abateu R\$ 1,84 milhão em juros de clientes incluídos que não pagaram a fatura na data do vencimento. Ao todo, 17% desses clientes com primeiro cartão de crédito receberam o benefício.

CONTROLE FINANCEIRO, INDEPENDÊNCIA E INVESTIMENTOS

Como visto até aqui, a inclusão financeira é mais do que bancarizar.

Além de garantir o acesso a produtos e serviços financeiros, ela envolve outros elementos, como o controle sobre os gastos e independência financeira, a resiliência, a capacidade de poupar e de fazer investimentos. Entenda, abaixo, cada um deles:

Controle financeiro e independência

é a capacidade de **economizar dinheiro e criar uma reserva**, de maneira a lidar com situações de emergência sem que elas afetem a saúde financeira das pessoas.

Resiliência financeira

é a capacidade de **planejar o orçamento** de maneira a aumentar a segurança familiar **quando os problemas aparecem**.

Poupança e investimentos

é a capacidade de fazer uma **parte da renda aumentar**, render, com a ajuda de produtos financeiros.

Para que todos esses elementos se realizem, é preciso que as pessoas tenham acesso a ferramentas e possibilidades de investimentos. Diferentemente do que muita gente pensa, investir não se restringe apenas a quem tem muito dinheiro. Na verdade, investir é a porta de entrada para pessoas de qualquer renda e idade iniciarem um planejamento que garanta uma segurança financeira no curto, médio e longo prazo – ponto fundamental para a inclusão financeira.

Os [dados da B3](#) mostram isso. Até o final do terceiro trimestre de 2022, o número de investidores pessoa física com investimentos na Bolsa era de 4,6 milhões – um aumento de 35% na comparação com o mesmo trimestre de 2021. Já o número de investidores com dinheiro na renda fixa (modalidade de investimentos mais conservadores) passou de 9,6 milhões para 12,6 milhões no mesmo período. E boa parte dessas pessoas não coloca rios de dinheiro nesses produtos. O levantamento da B3 mostra que, em média, cada investidor tem um saldo na Bolsa de R\$ 3 mil – metade do montante de 2021, quando o saldo era de R\$ 6 mil.

A B3 ainda identificou que os entrantes começam a investir com valores baixos. Entre aquelas pessoas que estrearam em renda variável no mês de setembro de 2022, por exemplo, 31% fizeram seu primeiro investimento com valores de até R\$ 40. Outros 29% investiram entre R\$ 40 e R\$ 200. Para a Bolsa de Valores de São Paulo isso mostra que o mundo dos investimentos tem ficado cada vez mais democrático. Mas ainda há muito espaço para avançar, e o Nubank tem participado deste progresso.

Para entender como a inclusão por meio dos investimentos aconteceu, nós fizemos uma pesquisa em outubro de 2022 com 7 mil clientes que investem com a gente. Essa amostra é representativa – ou seja, essas 7 mil pessoas consultadas têm comportamentos, idade e gênero semelhantes, na mesma proporção, às características de todos os clientes que investem com o Nubank.

O estudo mostra que 55,4% dos clientes que têm algum valor investido em produtos vendidos pelo aplicativo do Nubank começaram a investir e guardar dinheiro com a gente, como mostra o **Gráfico 19**.

Pessoas que começaram a investir com o Nubank (em %):

55,4

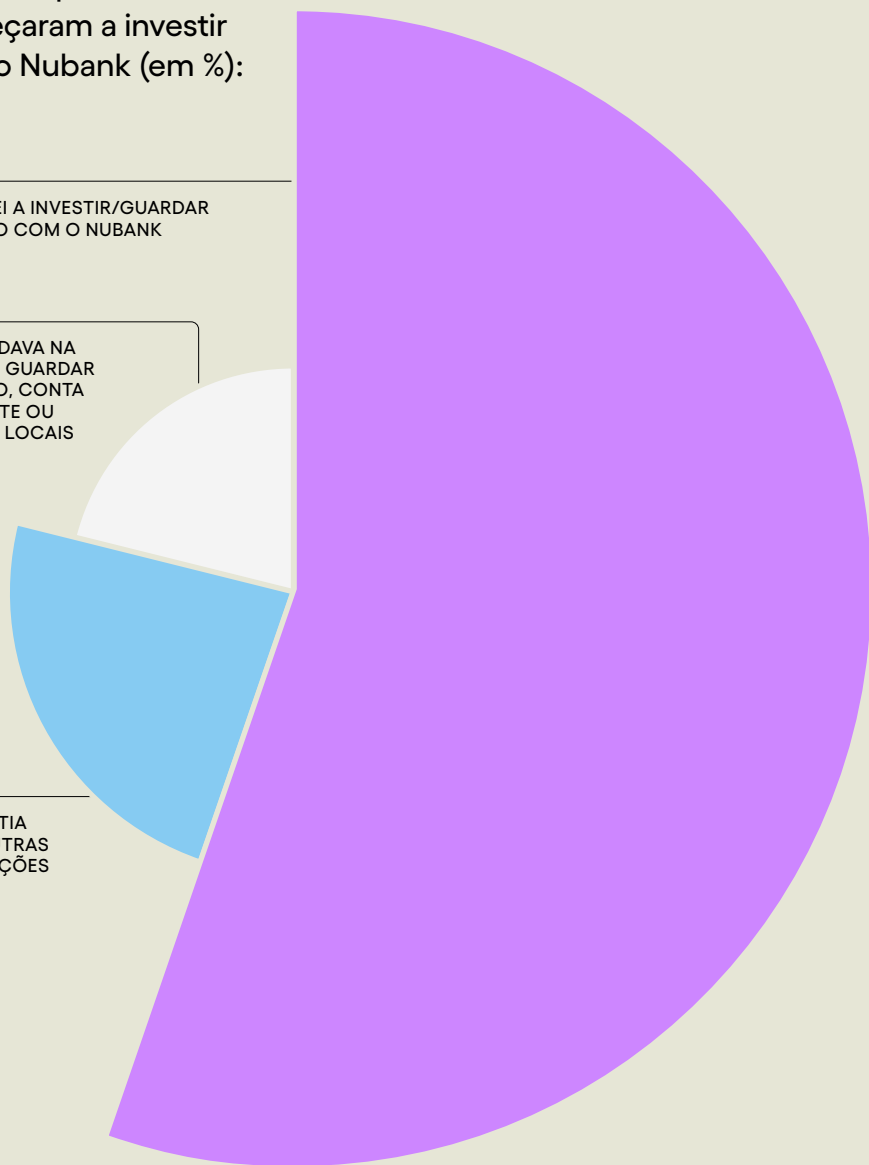
COMECEI A INVESTIR/GUARDAR DINHEIRO COM O NUBANK

23,6

JÁ GUARDAVA NA FUNÇÃO GUARDAR DINHEIRO, CONTA CORRENTE OU OUTROS LOCAIS

21

JÁ INVESTIA COM OUTRAS INSTITUIÇÕES



E boa parte desse público tem renda baixa: 7,5% daqueles que começaram a investir com o Nubank têm renda de até R\$ 1 mil e 48,7% têm renda de R\$ 1 mil a R\$ 2,5 mil, como mostra o Gráfico 20. É importante ressaltar que, assim como em cartão de crédito e empréstimo, a informação de renda mensal é individual (e não familiar), reportada pelo próprio cliente no aplicativo no momento do cadastro, pode ser atualizada por ele a qualquer momento e não passa por verificação de comprovação.

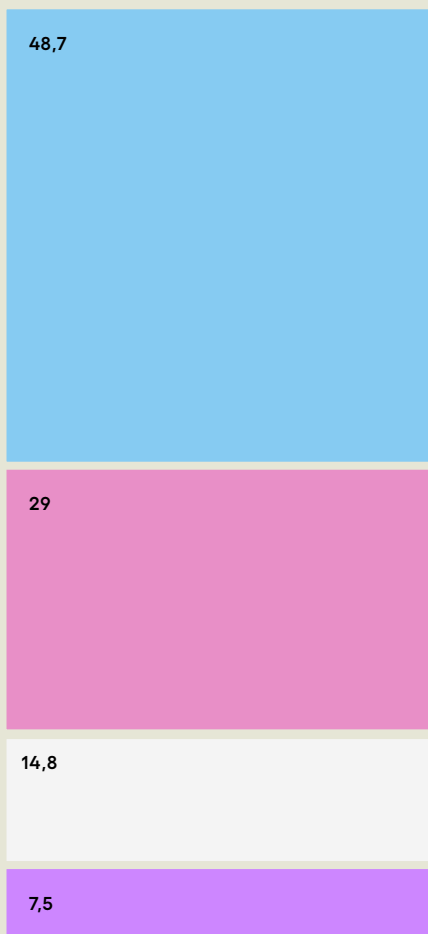
O perfil de renda dos incluídos pelo Nubank por meio de investimentos é diferente daquele das pessoas que declararam que já investiram dinheiro em outras instituições: 58,5% deles têm renda acima de R\$ 2,5 mil.

Comparação entre quem iniciou investimentos com o Nubank e quem já tinha histórico em outros bancos, por renda (em %)

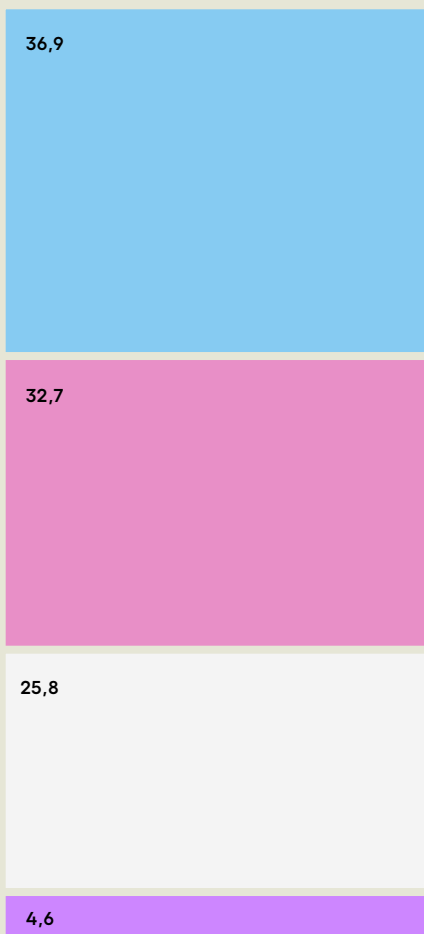
Legenda

- 0 – 1 MIL
- 1 – 2,5 MIL
- 2,5 – 5 MIL
- 5 MIL OU MAIS

INICIARAM INVESTIMENTOS COM NUBANK



JÁ INVESTIAM ANTES EM OUTROS BANCOS



QUEM SÃO AS PESSOAS QUE INVESTIRAM PELA PRIMEIRA VEZ COM O NUBANK?

No mundo dos novos investidores, mais uma vez, só dá elas.

As mulheres, pessoas com idade entre 18 e 30 anos e aquelas que vivem nas regiões Sudeste e Nordeste também representam grande parte de quem começou a guardar dinheiro e a investir pela primeira vez com o Nu. De maneira geral, é esse também o perfil dos brasileiros que não investem, segundo o [Raio-X do Investidor de 2022](#), realizado pela Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais).

De acordo com o estudo, 84% dos não investidores são das classes D e E. Além da dificuldade em separar uma parte da renda para guardar, essa parcela da população também não tem muito interesse no assunto: apenas 14% dos não investidores das classes

D e E buscam informação sobre como aplicar. Acreditamos que essa falta de interesse se deve aos mitos que ainda existem sobre o mundo dos investimentos – de que é um mercado apenas para quem tem dinheiro, por exemplo, e de que é difícil de entender e pouco acessível.

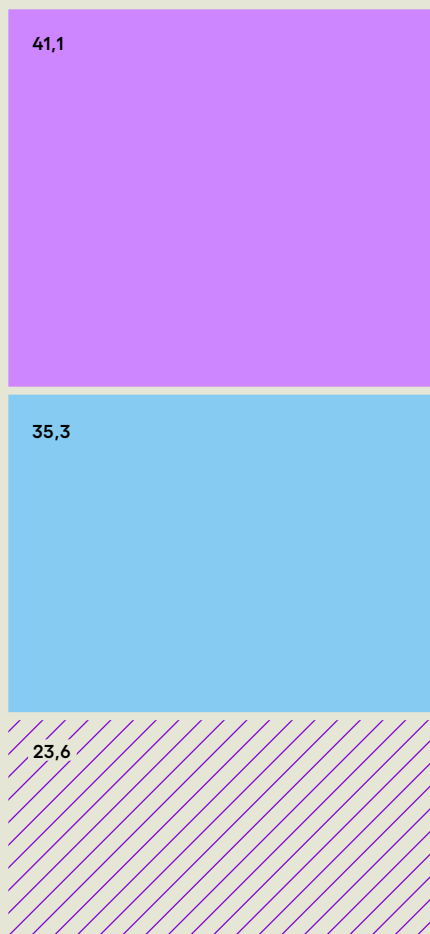
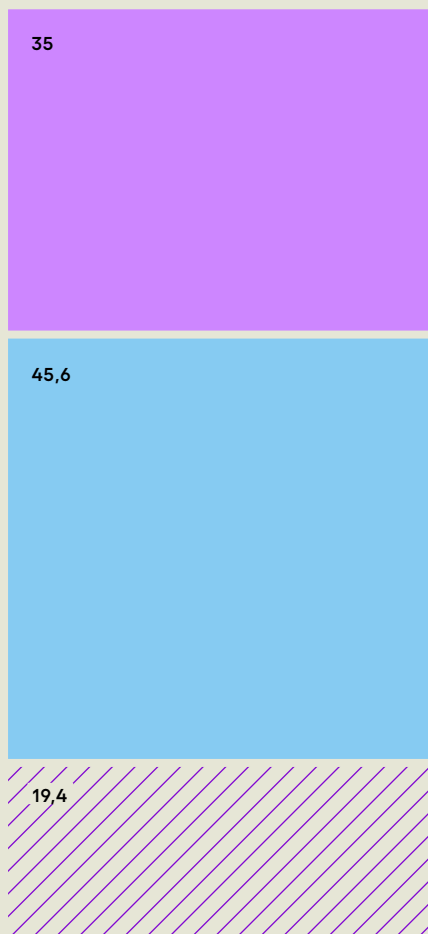
A pesquisa ainda mostra que 72% da população feminina no país está fora do mundo dos investimentos, enquanto os homens que não investem chegam a 66%. Além disso, 64% das brasileiras não guardam dinheiro de jeito nenhum; entre os homens, o percentual cai para 58%.

Em outras palavras, os nossos dados mostram que o Nubank conseguiu atingir a parcela da população que estava excluída do universo dos investimentos. O **Gráfico 21** mostra que 41,2% de quem começou a guardar e investir pela primeira vez com o Nubank são mulheres, 35,3% são homens e 23,6% não deram essa informação. O perfil daqueles que já investiam em outro lugar é muito parecido com o perfil do investidor identificado pela Anbima: são homens de renda de média a alta.

Comparação entre quem iniciou investimentos com o Nubank e quem já tinha histórico em outros bancos, por gênero (em %)

Legenda

- MULHERES
- HOMENS
- NÃO RESPONDERAM

INICIARAM INVESTIMENTOS
COM NUBANKJÁ INVESTIAM ANTES
EM OUTROS BANCOS

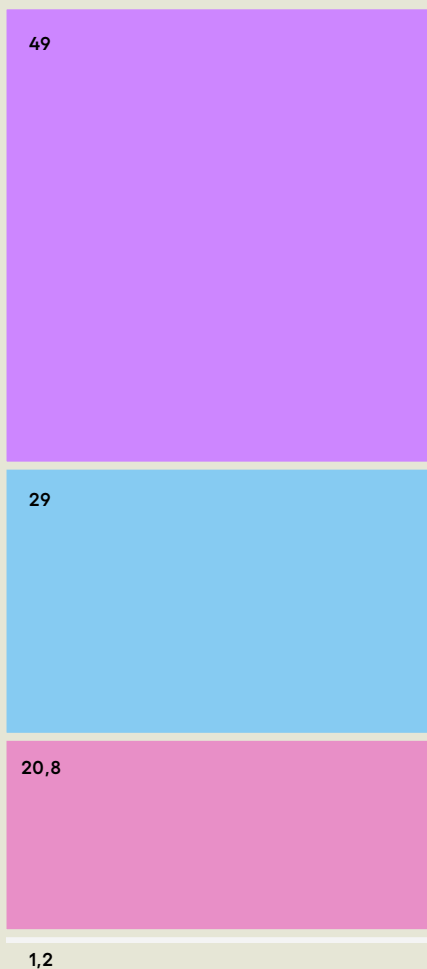
Em relação à faixa de idade, nossos dados também mostram que houve inclusão. A Anbima identificou que as pessoas com idade entre 26 e 60 anos representam 66% dos investidores. Ou seja, os mais novos, com idade entre 16 e 25 anos, e os mais velhos, com idade acima de 61 anos, são os mais excluídos no perfil médio dos investidores brasileiros. Mas, no Nubank, o grupo entre 18 e 30 anos representa grande parte dos novos investidores, como é possível ver no **Gráfico 22**.

O gráfico também compara a idade de quem começou a investir com o Nubank e de quem já tinha investimentos em outros lugares, e é possível notar que é na faixa entre 18 e 30 anos que ocorre a maior diferença: 49,1% de quem começou com o Nubank tem essa idade, contra 40% daqueles que já investiam antes.

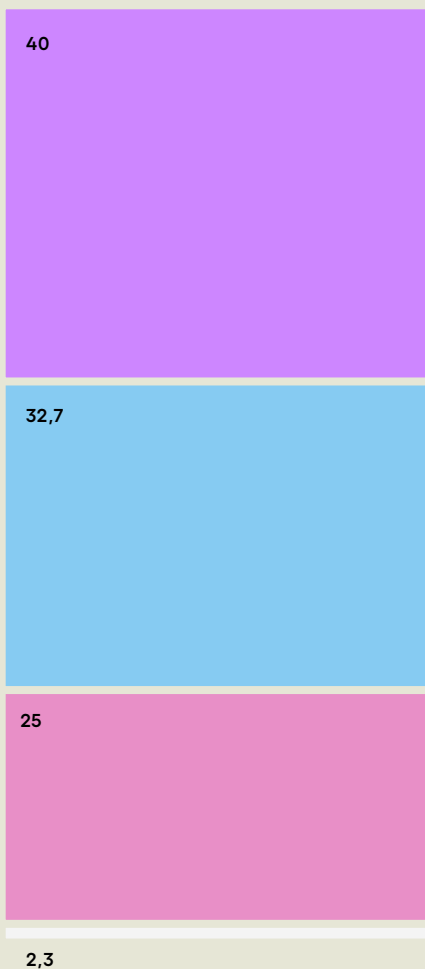
Comparação entre quem iniciou investimentos com o Nubank e quem já tinha histórico em outros bancos, por faixa etária (em %)

- Legenda
- 18 - 30
 - 31 - 40
 - 41 - 60
 - 61 OU MAIS

INICIARAM INVESTIMENTOS COM NUBANK



JÁ INVESTIAM ANTES EM OUTROS BANCOS



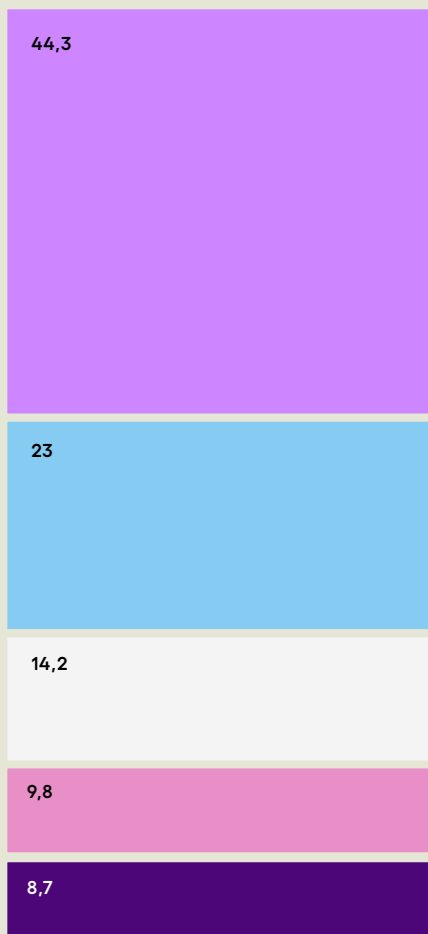
Tanto quem começou a investir com o Nubank quanto quem já investia antes vem das regiões Sudeste e Nordeste. Esse perfil acompanha o perfil geral do país. A região Sudeste é tradicionalmente a que concentra a maior parte dos investidores, principalmente os de renda variável, mas os números de investidores da Bolsa das regiões Norte e Nordeste são os que mais crescem, segundo [dados da B3](#). De 2018 a 2020, o crescimento foi de 1.040% na região Norte e de 772% na região Nordeste.

Entre os nossos clientes, o [Gráfico 23](#) mostra equilíbrio na distribuição regional dos incluídos e de quem já investia antes: 44,4% dos iniciantes e 48% dos clientes que já investiam são do Sudeste, e 23% dos entrantes e 21% dos que já eram investidores vêm da região Nordeste.

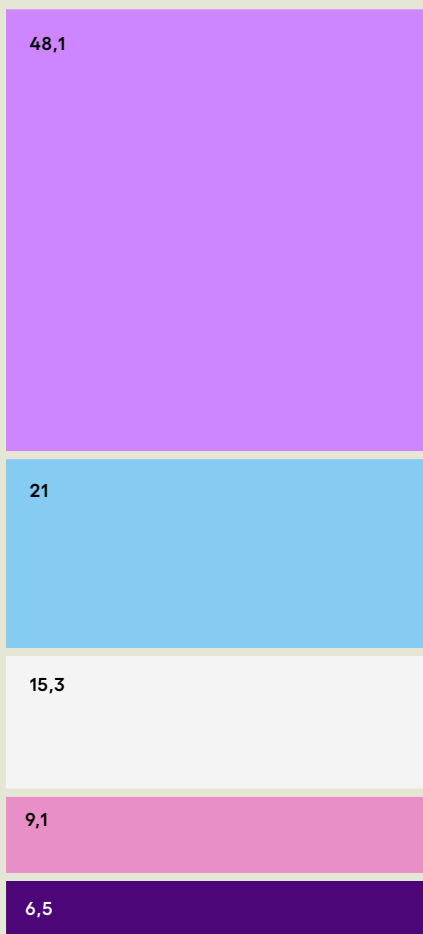
Comparação entre quem iniciou investimentos com o Nubank e quem já tinha histórico em outros bancos, por regiões do Brasil (em %)

- Legenda
- NORTE
 - NORDESTE
 - CENTRO-OESTE
 - SUDESTE
 - SUL

INICIARAM INVESTIMENTOS COM NUBANK



JÁ INVESTIAM ANTES EM OUTROS BANCOS



OBJETIVOS FINANCEIROS

Um passo importante na trajetória da inclusão financeira é estabelecer objetivos.

Isso indica que a pessoa tem consciência e maior clareza sobre sua situação financeira, e entende o que precisa fazer para alcançar suas metas. No relatório da Cidadania Financeira de 2021, o Banco Central relaciona a definição de metas ao bem-estar financeiro.

"O bem-estar financeiro foi definido pelo CFPB, órgão de proteção ao consumidor financeiro dos Estados Unidos, em 2015 e em 2017, quando se estabeleceu uma ferramenta de mensuração. Tanto o conceito quanto a ferramenta comportam quatro elementos da vida financeira de uma pessoa centrados na segurança e na liberdade de escolha experimentados no presente e para o futuro", diz o BC. Os quatro elementos são:

TABELA 3

Quatro elementos do bem-estar financeiro

	PRESENTE	FUTURO
SEGURANÇA	Controle sobre as finanças do dia a dia.	Capacidade de absorver choques financeiros.
LIBERDADE DE ESCOLHA	Liberdade financeira para fazer escolhas para aproveitar a vida.	Planejamento para alcançar objetivos financeiros.

Fonte: CFPB

Ou seja, os objetivos são parte da liberdade de escolha das pessoas. O levantamento feito pela [BSD Consulting/ELEVATE](#), em 2021, a nosso pedido, mostrou que o Nubank também apresentou impacto nesse pilar. Do total de clientes daquele ano, 62% indicaram que tinham metas financeiras antes de se tornarem nossos clientes. Contudo, esse número subiu para 95,3% após a abertura de conta ou aquisição do cartão no Nubank.

Além disso, 72% afirmaram que conseguem guardar dinheiro e, destes, **67% disseram que os serviços do Nubank contribuíram para que isso acontecesse. O levantamento também mostrou que 77% declararam que o Nubank impactou positivamente sua vida financeira.**

Para ajudar nossos clientes a organizar e planejar o orçamento de acordo com suas metas, lançamos e aprimoramos diversas ferramentas, como é o caso das Caixinhas – por meio das quais os clientes separam e guardam o dinheiro da conta em "caixinhas" criadas para cada objetivo. Ao todo, já foram criadas 10 milhões de Caixinhas para os mais diversos objetivos, como Reserva de Emergência, Viagem e Casamento. Desse total, 4,6 milhões são de clientes que estão ativamente guardando dinheiro nelas.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Um dos pilares fundamentais da inclusão financeira é o acesso à informação correta, prática e útil que, com a internet, está cada vez mais pulverizado.

O Raio-X do Investidor de 2022, da Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), mostra que 26% dos investidores buscam informação com o gerente do banco ou assessor de investimentos presencialmente e à distância, 20% recorrem a parentes ou amigos, 12% a sites de notícias, 11% a aplicativos e sites de corretoras, 6% a influenciadores digitais e 8% a outros meios. Do total dos entrevistados que investem, 12% afirmam que não buscam informação.

Apesar do maior número de fontes de conhecimento, o nível de educação financeira no país é baixo. Em 2020, em uma escala de 0 a 100, o Índice de Educação Financeira dos brasileiros foi de 37,2. Nesse índice, quanto mais perto de 100, maior é o nível de educação financeira da população, segundo dados do Banco Central.

Para o órgão, a educação financeira é alcançada quando “o cidadão tem a oportunidade de desenvolver capacidades e autoconfiança para gerenciar bem seus recursos financeiros”. E é possível desenvolver essas capacidades por meio das seguintes iniciativas:

Convencionais

como cursos, palestras, cartilhas e oficinas

Digitais

com conteúdo oferecido por meio de algum elemento tecnológico, como sites, blogs e publicações em mídias sociais

Automáticas

em momentos de contato entre clientes e instituições financeiras, durante o uso dos produtos e serviços financeiros.

Disponibilizar ferramentas de conteúdo de qualidade e com linguagem simples garante resultados de curto e longo prazo na vida financeira das pessoas. Uma avaliação produzida pelo [Banco Central e pelo Banco Mundial](#) indicou que a participação de jovens brasileiros em um programa de educação financeira no ensino médio, entre 2011 e 2012, resultou em uma utilização menor de modalidades mais caras de crédito no longo prazo.

Segundo o BC, quatro anos após o programa, os jovens participantes reduziram de 10,95% para 9,96% a probabilidade média de utilizarem o cheque especial e de 22,98% para 21,43% a probabilidade do uso do crédito rotativo do cartão de crédito quando comparados aos jovens que não receberam as aulas de educação financeira.

Para mapear essas iniciativas, o Banco Central consultou 68 instituições, entre bancos e instituições de pagamento. Desse total, 60 responderam e informaram 176 ações de educação financeira. O BC verificou ainda que 53% das instituições respondentes não citaram educação financeira em suas políticas e 60% não falaram sobre o tema em seu planejamento estratégico.

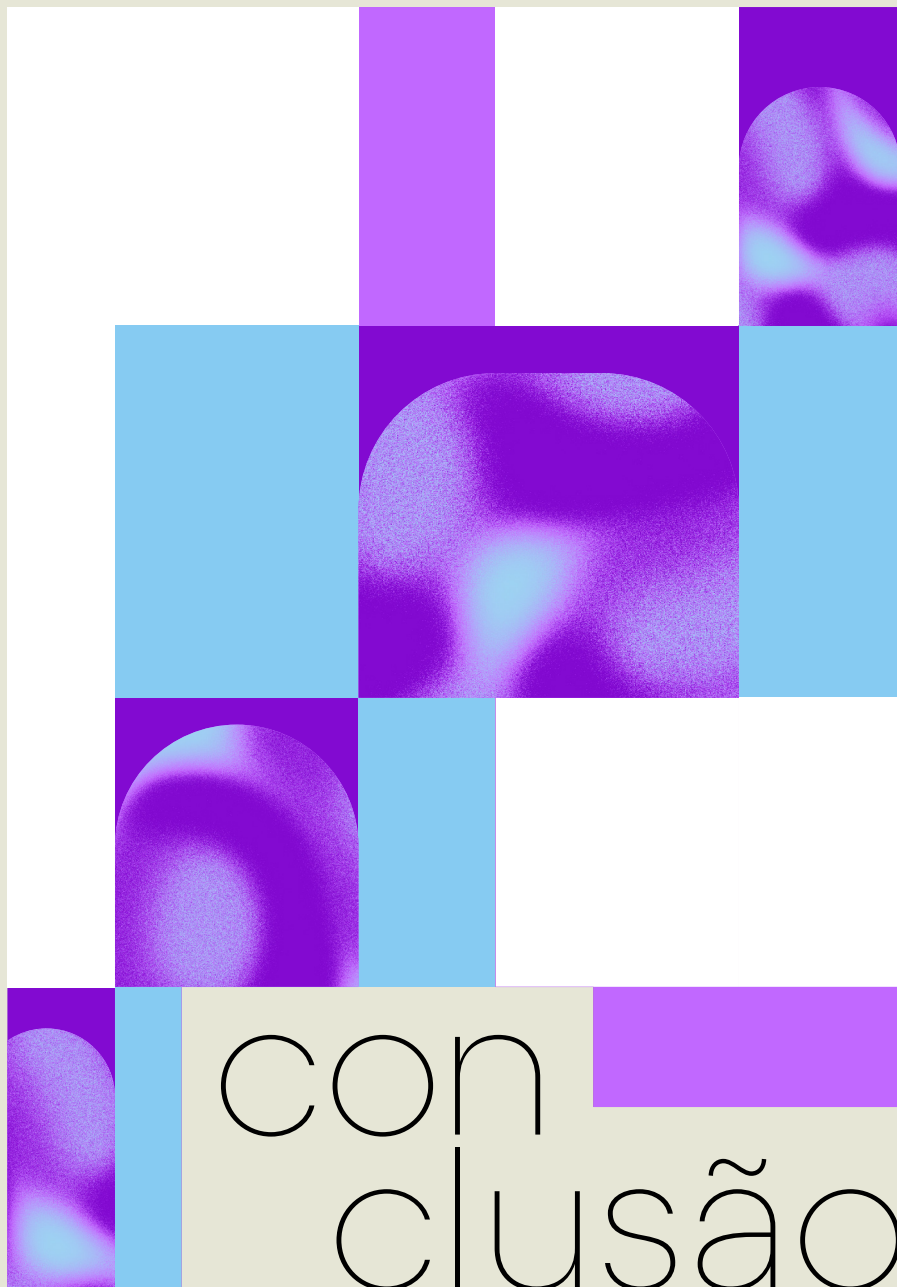
No Nubank, a educação financeira faz parte da estratégia de negócio desde o primeiro dia. Oferecemos conteúdo de educação financeira por meio do nosso blog e em outros canais de comunicação desde 2018.

O blog "Fala, Nubank" acumulou quase 63 milhões de usuários em 2022; nas redes sociais, o número de seguidores aumentou de 10,2 milhões, em 2021, para 11,9 milhões ao final de 2022. Além dos nossos canais de comunicação, em 2022 o Nubank lançou a plataforma Nu Ensina, com aulas gratuitas sobre investimentos e finanças dentro do app. Mais de 1 milhão de clientes acessaram os conteúdos educativos e realizaram ao menos uma tarefa proposta.

O levantamento feito pela [BSD Consulting/ELEVATE](#), em 2021, mostrou que 69% dos clientes daquele ano tinham conhecimento de que o Nubank oferece educação financeira por meio de várias plataformas de comunicação, e mais de 33% dos clientes que têm conhecimento destes recursos acessam os conteúdos de forma esporádica ou regular.

Dos clientes que têm conhecimento que o Nubank oferece conteúdos de educação financeira e já acessaram esse serviço, 75% concordam que o conteúdo compartilhado aumentou seu conhecimento sobre organização financeira.

O levantamento ainda mostrou que o nível de instrução financeira das pessoas cresce após se tornarem clientes do Nubank. A porcentagem daqueles que avaliam suas habilidades financeiras como "altas" ou "muito altas" desde que se tornaram clientes Nubank aumentou de 15% para 36%.



con
clusão

O Brasil ainda tem um longo caminho a percorrer quando o assunto é inclusão financeira.

Ainda assim, iniciativas públicas e privadas, como as do Nubank, sinalizam avanços importantes. O número de investidores pessoa física indica isso, por exemplo.

Em 2011, havia 500 mil CPFs na Bolsa de Valores, e esses investidores tinham um saldo médio de R\$ 13 mil. Esses números pouco mudaram até 2017. No terceiro trimestre de 2022, no entanto, já eram 4,6 milhões de pessoas físicas, com um saldo médio de R\$ 2 mil investidos. No Tesouro Direto, programa do Tesouro Nacional que democratiza o acesso a títulos públicos, o número de CPFs com dinheiro investido em títulos passou de 2,1 milhões no mesmo período. Na renda fixa, são 12,6 milhões de CPFs.

Ao analisar os dados de investimentos, podemos perceber um avanço claro na inclusão, afinal, investir e guardar dinheiro são o desfecho da jornada da inclusão. Ao investir, o brasileiro passou por etapas importantes e iniciais, como a bancarização, o acesso ao crédito e a organização e planejamento financeiros para, só então, começar a economizar e investir.

Acreditamos que o acesso é um catalisador para o empoderamento das pessoas. É através dele que elas podem voltar a sonhar e fazer planos. Disponibilizar crédito é uma tarefa que precisa ser feita de maneira prudente, dando as ferramentas necessárias para que os clientes usem com responsabilidade.

O crédito responsável, portanto, é ferramenta fundamental para uma boa gestão financeira – independentemente do nível de renda do cliente. O acesso a produtos e plataformas de organização financeira e investimentos simples, fáceis e de baixo custo é uma forma de criar possibilidades para as pessoas: oportunidades de gerar novas fontes de renda, de resolver problemas presentes e construir um futuro financeiro mais saudável.

Como vimos, todo esse acesso precisa ser acompanhado de conteúdo claro e informação prática para evitar que se torne um problema no orçamento. Foi com conteúdos de educação financeira que ajudamos os nossos clientes a retomar o controle sobre seu dinheiro e a usar de forma saudável e responsável os produtos e serviços que oferecemos a elas. Somente no nosso blog, são mais de 3 mil conteúdos educativos.

Dessa forma, a partir deste estudo, podemos concluir que, ao oferecer acesso a crédito a pessoas sem histórico financeiro, o Nubank tem papel importante na inclusão financeira dos brasileiros, de forma responsável.

Também se pode concluir que a inclusão promovida pelo Nubank aconteceu justamente nas camadas excluídas: mulheres, pessoas de baixa renda, aquelas com idade entre 18 e 30 anos e quem vive nas regiões Sudeste e Nordeste. É possível verificar também uma inclusão maior no grupo com idade acima de 60 anos, principalmente na inclusão via cartão de crédito.

Apesar de ter incluído milhões de pessoas via acesso a crédito, com cartão e empréstimo pessoal, o Nubank não verificou aumento das taxas de inadimplência. No caso do cartão de crédito, a inadimplência entre os incluídos do Nu é muito menor do que a taxa média do mercado.

Os mais jovens formam a base dos excluídos no pilar de investimentos, mas é justamente a faixa etária entre 18 e 30 anos a maior representante do grupo daqueles que começaram a investir pela primeira vez na vida com o Nubank.

Sabemos que tudo isso é apenas o começo da contribuição do Nubank para a inclusão financeira dos brasileiros, e que o cenário atual, de alto endividamento, alta taxa de juros e crescimento da pobreza e da extrema pobreza, torna a tarefa de contribuir para a redução da desigualdade no Brasil ainda mais desafiadora. Ainda assim, acreditamos que é possível colaborar com o controle financeiro dos brasileiros a partir da oferta responsável de produtos e serviços financeiros, de conhecimento e de ferramentas de organização.

Com este estudo, queremos compartilhar informações relevantes sobre a contribuição do Nubank no processo de inclusão financeira do país. A intenção desta pesquisa foi mostrar uma parte do que construímos até aqui e sinalizar que continuaremos nesse caminho não apenas no Brasil, como também na América Latina.

Direitos Data Nubank

Esta publicação é uma produção exclusiva da plataforma **Data Nubank**, criada, desenvolvida e distribuída pelo Nubank.

A reprodução de trechos do conteúdo, na forma autorizada pela Lei de Direitos Autorais (Lei Federal 9.610/98), é permitida sem qualquer tipo de alteração na sua forma original e desde que a fonte seja citada.

