

Saúde e bem-estar financeiro: o acesso além do crédito



Data Nubank

#7

Boa
leitura!

O Data Nubank é uma iniciativa de pesquisas e análises sobre finanças do Nubank, a maior plataforma de banco digital do mundo fora da Ásia.

Nosso intuito é reunir informações relevantes, de forma objetiva e transparente, para compartilhar aspectos importantes do uso que os clientes têm feito de nossos produtos e serviços, bem como acompanhar como o nosso propósito de dar a eles mais controle sobre sua vida financeira tem sido aplicado na prática.

Nesta sétima edição, optamos por abordar a jornada dos clientes além da inclusão via cartão de crédito, olhando especialmente para a utilização que eles têm feito das Caixinhas, uma ferramenta simples que os ajuda a guardar dinheiro para realizar sonhos ou planos específicos.

Além disso, tendo em vista a expansão de nosso portfólio na Colômbia e no México, trazemos pela primeira vez alguns dados de cada um dos mercados em que estamos inseridos. A intenção é observar a evolução dos clientes na medida em que avançamos com mais soluções que atendam às suas necessidades e os empoderem a tomar decisões sobre o que fazer com o seu dinheiro.

Expediente

↳ COORDENAÇÃO DATA NUBANK E EDITORIAL

Rafaela Nogueira
Ticá Almeida

↳ EDITORIAL

Ticá Almeida

↳ COORDENAÇÃO DE PESQUISA

Rafaela Nogueira

↳ PESQUISADORES

Alejandra Aristizabal
Bárbara Laurindo
Benjamin Reyes
Felipe Gomez
Guilherme Fernandes
Gabriela Marcon
Juan León
Karina Tolardo
Natali Jaramillo
Taline Kilvia

↳ COLABORAÇÃO

Adriana Botello
Amanda Costa
Caroline Afonso
Gabriela Coelho
Inês Vallandro
Ive Andrade
Jörg Friedemann
Luisa Arboleda
Luiza Pollo

Data Nubank #7

Introdução



Inclusão além do crédito: a sétima edição do Data Nubank mostra como inovação e simplicidade estimulam que as pessoas passem a guardar dinheiro com objetivos específicos. Descubra como a jornada para o bem-estar financeiro passa não apenas pelo acesso a recursos quando necessário, mas também pela oportunidade de investir sem complicação

O bem-estar financeiro das pessoas está relacionado a dois grandes fatores: sua capacidade de levantar recursos para cobrir despesas extras ou inesperadas; e a garantia de disponibilidade de soluções para endereçar potenciais fontes de estresse financeiro - soluções essas que incluem, por exemplo, maneiras de poupar para o futuro, investir seu dinheiro ou contratar novas linhas de crédito. Além disso, é essencial que a população tenha acesso “a produtos e serviços financeiros adequados, de baixo custo, compreensíveis e úteis, desenhados para atender às suas necessidades”.

Esta é a conclusão do [Global Findex: o Brasil na comparação internacional](#), estudo sobre Educação, Proteção e Inclusão da Série Cidadania Brasileira do Banco Central do Brasil. O material, publicado no início de 2023, mostra também como “a tecnologia digital, como o uso de smartphones, é um grande catalisador da inclusão financeira”.

Em seus primeiros 10 anos de existência, o Nubank contribuiu para a inclusão financeira a partir da democratização do acesso a cartão de crédito, impactando a redução de desigualdades ao inserir no sistema financeiro pessoas de diferentes recortes demográficos como gênero, faixa de renda e região. A [sexta edição do Data Nubank](#), publicada em março de 2023, indicava como “primeira constatação do estudo que, 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 lideram a inclusão promovida pelo Nubank”. O mesmo levantamento apontou que 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.

Esta sétima edição do *Data Nubank - Saúde e bem-estar financeiro: o acesso além do crédito* tem como objetivo mostrar que, assim como a própria história de crescimento do Nubank, a jornada de inclusão financeira que promovemos extrapola a democratização do uso do cartão. A partir do desenvolvimento constante de um portfólio que tem como foco a criação de produtos que atendam às necessidades dos clientes, procurando sempre o custo mais competitivo possível a partir da inovação, simplificação e redução de complexidades, o Nubank está hoje presente na vida das pessoas não apenas como o “cartão roxinho”, mas também como o serviço que as incentiva a poupar com um objetivo definido, com ajuda

das Caixinhas, e que também oferece outras possibilidades de investimento, crédito e seguros.

Dados referentes ao balanço financeiro do Nubank ao fim de 2023 indicam que a instituição encerrou o ano com um total global de 93,9 milhões de clientes. Em relação a produtos, eram cerca de 41 milhões de clientes ativos com cartão de crédito do Nubank, 69 milhões com conta digital e mais de 7 milhões com empréstimos pessoais. Também ao fim de 2023, havia mais de 1 milhão de apólices de seguro ativas e 15 milhões de clientes de investimento ativos. Como parte dessa expansão de portfólio alinhada às necessidades dos clientes, o Nu tornou-se o principal relacionamento bancário para mais de 61% de seus clientes ativos ao fim de 2023.

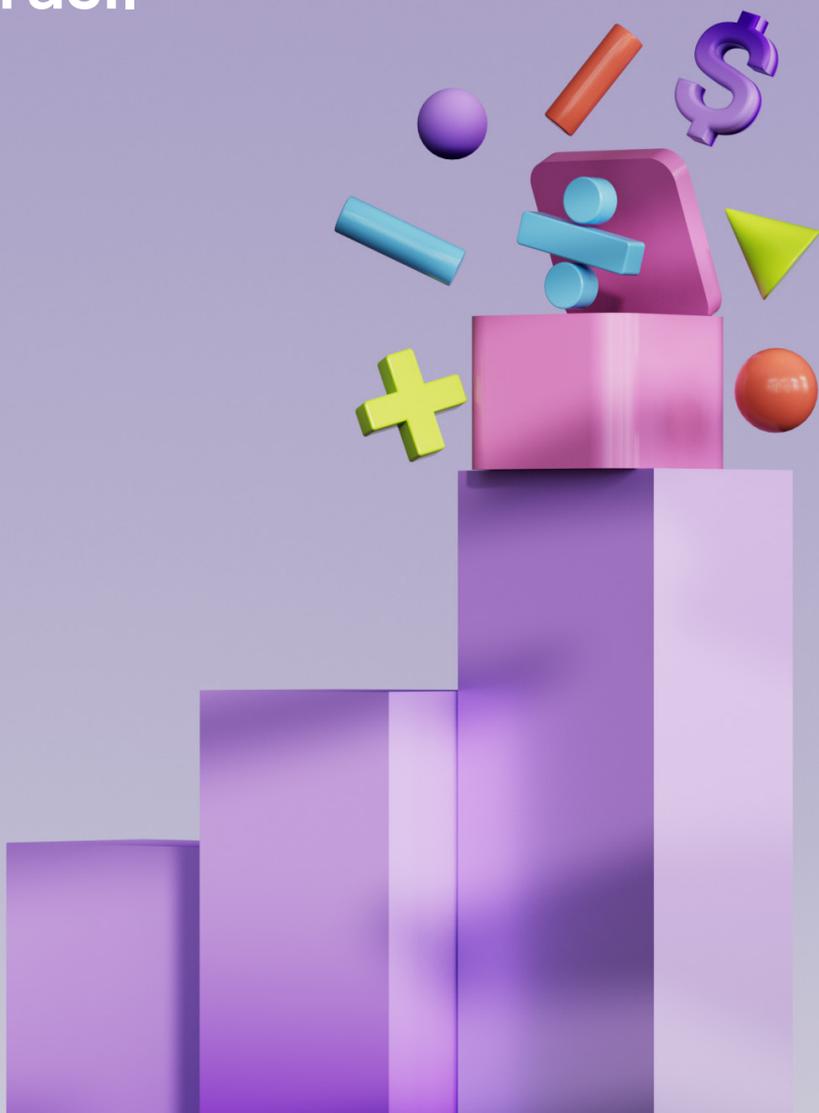
O principal propósito desta edição do Data Nubank é mostrar como tem sido a caminhada dos clientes da instituição em direção a uma inclusão financeira saudável e sustentável no longo prazo, que traga mais bem-estar financeiro às pessoas. Ter à disposição produtos simples e a preços competitivos e poder contar com diferentes opções para acessar crédito e guardar ou investir dinheiro é crucial para oferecer à população a segurança de que sua inserção e crescimento no sistema financeiro acontecerão de forma cuidadosa, disciplinada e consciente.

Entre os dados em destaque, apontamos que, dos clientes que tiveram seu primeiro cartão de crédito com o Nu, o número

daqueles que usam Caixinhas mais do que triplicou em um ano, passando de 1,5 milhão em dezembro de 2022 para 4,8 milhões em dezembro de 2023. Isto significa que brasileiros inseridos no sistema via cartão de crédito do Nubank também passaram a usufruir da relação conosco para poupar com o intuito de realizar algum sonho ou se preparar para imprevistos da vida.

Uma novidade desta edição do relatório é a inclusão de análises de nossa evolução no México e na Colômbia. Os três mercados em que operamos atualmente estão em diferentes estágios em termos de portfólio de produtos e número de clientes. Mas a construção de um relacionamento cuja grande premissa é simplificar a vida das pessoas e colocá-las no controle de suas decisões financeiras é a missão que nos norteia nos três países. Os boxes dedicados a contar como esse processo de inclusão com disciplina e foco na saúde financeira no longo prazo está acontecendo na Colômbia e no México mostrarão, também, como o caminho iniciado e experimentado no Brasil está sendo aprimorado nas demais geografias em que estamos presentes.

Dados Brasil



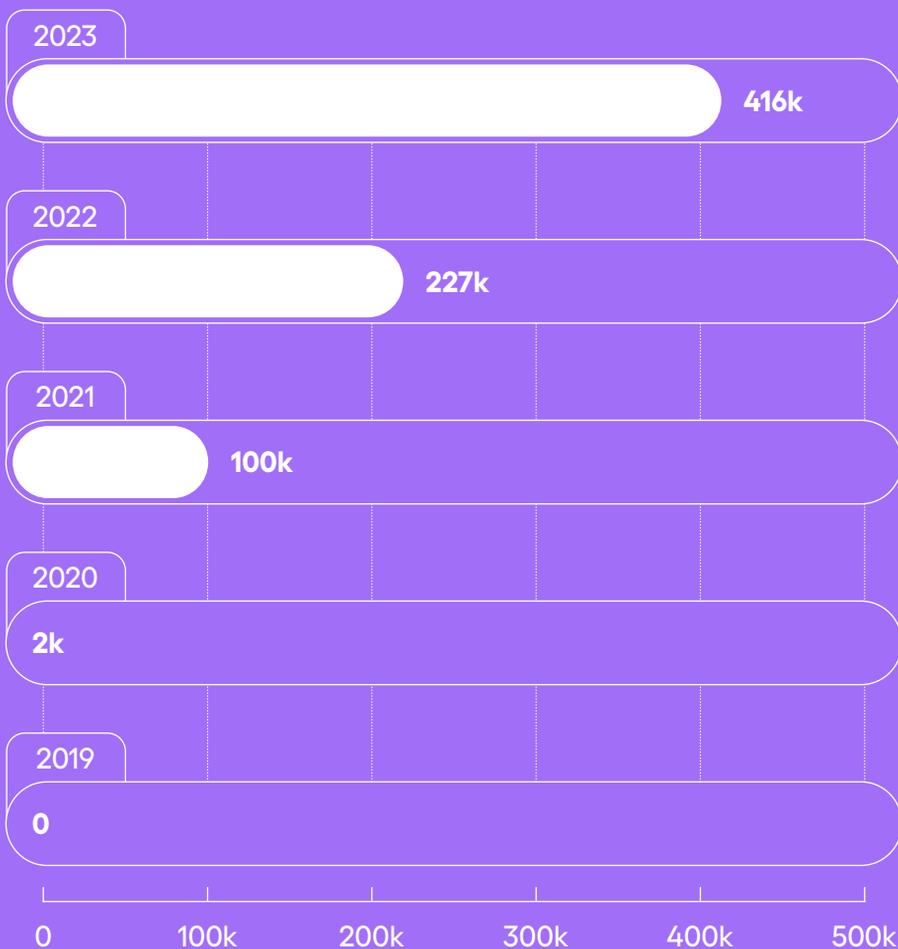
Nos últimos cinco anos, até dezembro de 2023, o Nubank viabilizou que **quase 21 milhões** de brasileiros (20,7 milhões) tivessem acesso ao seu primeiro cartão de crédito¹. Este tem se mostrado um importante primeiro passo na construção de um caminho de mais bem-estar financeiro, mas é preciso ressaltar que a inclusão financeira, para ser sustentável, não passa somente pela democratização do acesso a crédito. Muitas vezes, essa etapa pode ser apenas a porta de entrada para que as pessoas passem a ter mais controle sobre sua vida financeira, com a oportunidade de organizar e centralizar gastos, regularizar eventuais pendências e, idealmente, poupar e investir. Nossos dados mostram que essa é uma realidade para os clientes que iniciaram sua relação com o cartão de crédito via Nubank: **43% das pessoas que tiveram seu primeiro cartão via Nu nos últimos cinco anos também pouparam algum dinheiro ao longo do tempo.**

Outro dado que mostra a evolução da inserção das pessoas no sistema financeiro é a crescente contratação de seguro de vida por clientes que tiveram seu primeiro cartão de crédito com o Nubank - passando de 2 mil apólices em 2020 para 416 mil em 2023.

¹Para 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 e também checamos se havia alguma informação nos bureaus de crédito. Caso o cliente não tenha tido uma relação de crédito nas modalidades durante o período analisado, consideramos que ele adquiriu o primeiro cartão de crédito com o Nubank. Esta metodologia foi revisada e aperfeiçoada pelo Nubank para a realização deste relatório e será utilizada de agora em diante para todos os estudos da empresa sobre inclusão via cartões de crédito.

→ GRÁFICO 1

Quantidade de apólices de seguro de vida adquiridas por clientes que tiveram seu primeiro cartão de crédito com o Nubank, por ano:



Caixinhas

Um dos meios de investir mais populares entre os clientes do Nubank são as Caixinhas - uma ferramenta para guardar dinheiro de maneira organizada e personalizada, de acordo com os objetivos de cada pessoa, direto no aplicativo. Para se ter uma ideia, considerando o grupo de quase 21 milhões de clientes que tiveram seu primeiro cartão de crédito com o Nu de 2019 a 2023, **o número daqueles que usam Caixinhas mais do que triplicou** em um ano, passando de 1,5 milhão em dezembro de 2022 para 4,8 milhões em dezembro de 2023.

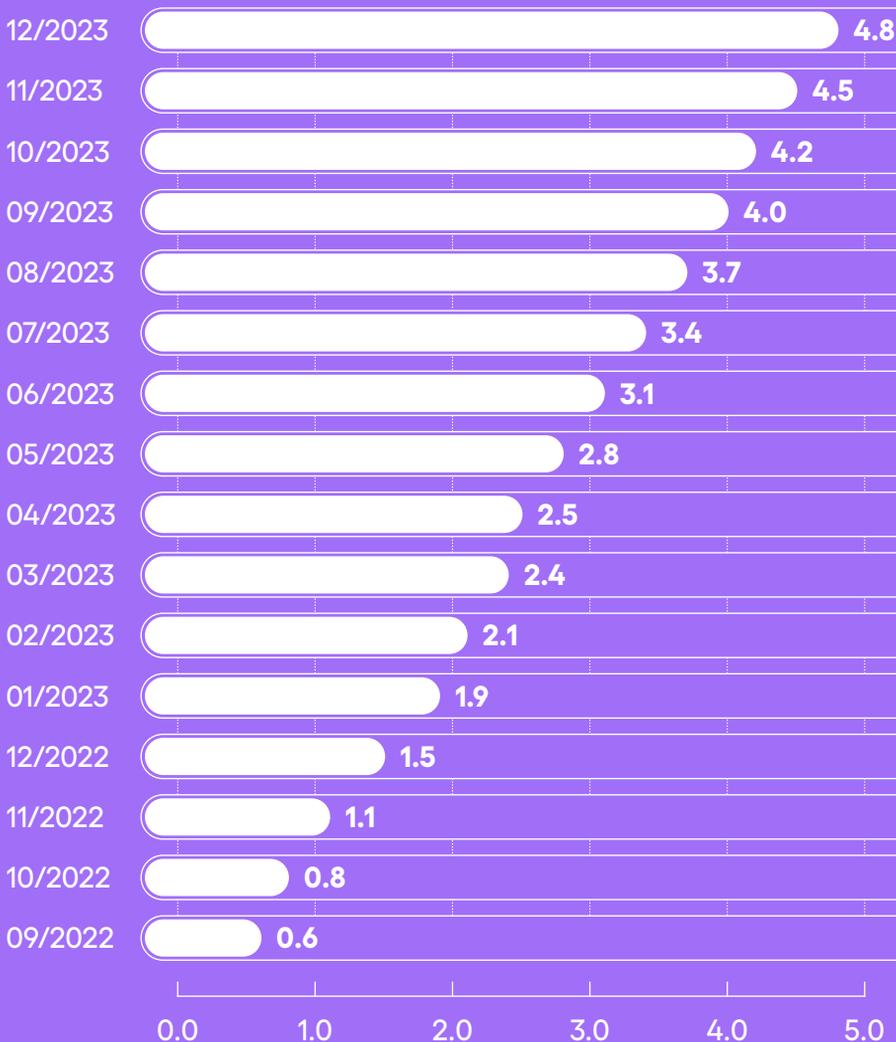
**De 1,5 milhão
para 4,8 milhões**

É o número de clientes, entre aqueles que tiveram seu primeiro acesso a cartão de crédito com o Nu nos últimos cinco anos, que foram aderindo às Caixinhas ao longo de 2023



→ GRÁFICO 2

Quantidade de clientes Nu First¹ usando Caixinhas (MM) por mês:

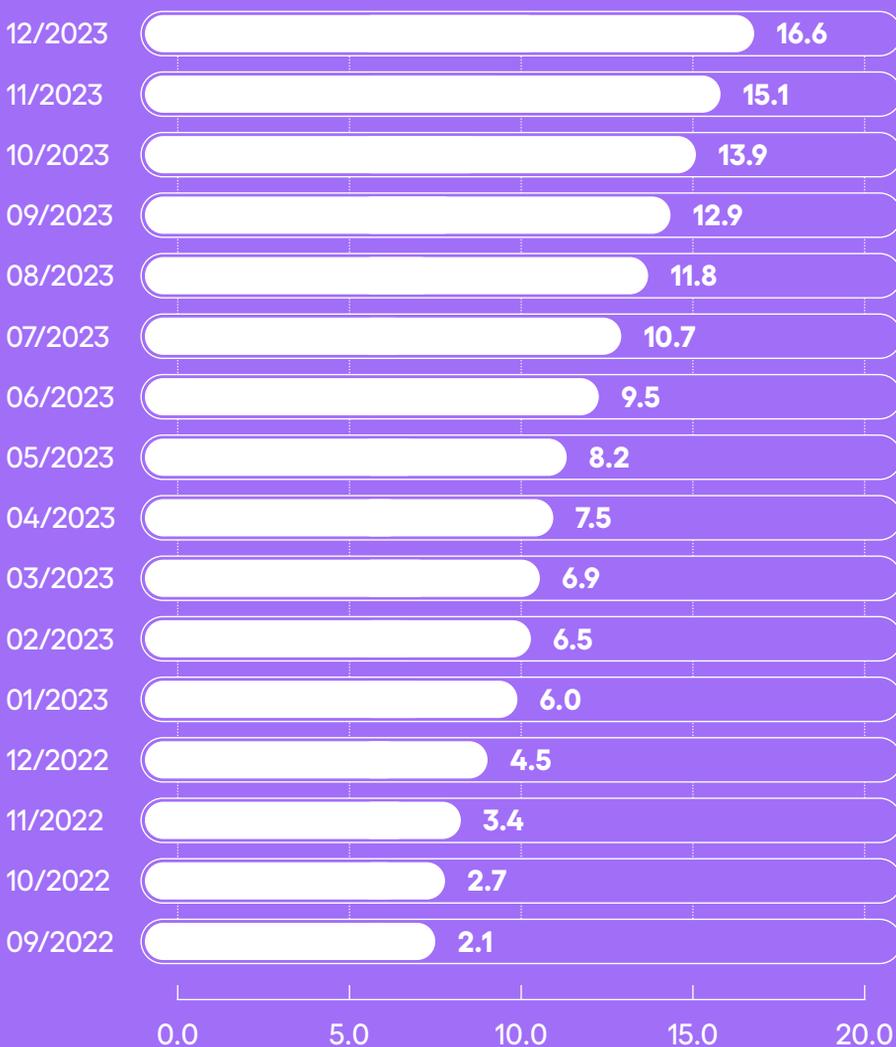


¹Nu First - clientes que tiveram seu primeiro acesso a cartão de crédito com o Nubank

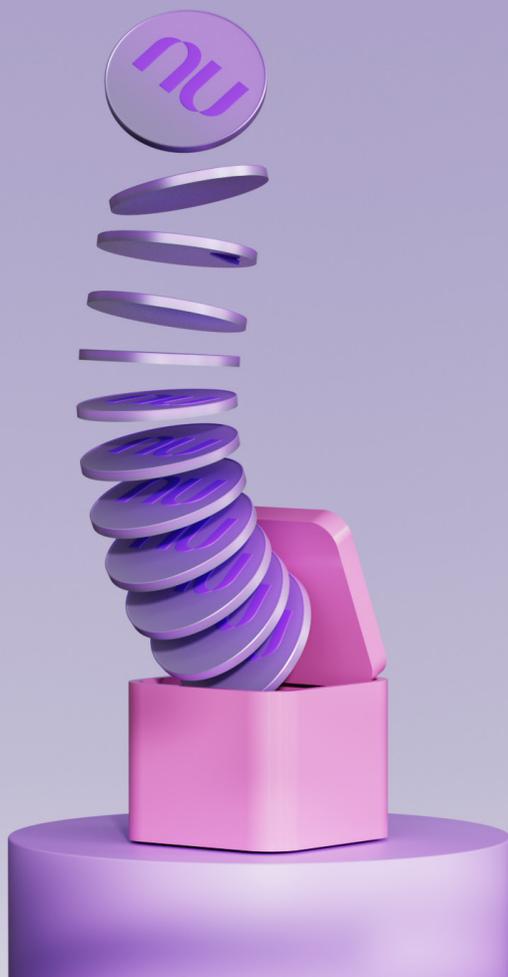
O uso das Caixinhas é crescente não apenas entre as pessoas inseridas no mercado de cartões pelo Nubank, mas de forma geral em toda a base de clientes. A quantidade de Caixinhas ativas no Brasil **creceu de 2,1 milhões em setembro de 2022, quando passou a ser disponibilizada para todos os clientes no país, para 16,6 milhões** em dezembro de 2023, como mostra o gráfico na página seguinte:

→ GRÁFICO 3

Quantidade de Caixinhas ativas em cada mês, em milhões:



O número de clientes adeptos ao recurso também vem aumentando consideravelmente: em dezembro de 2023, 12,2 milhões de clientes tinham Caixinhas abertas, **mais de três vezes o número computado no ano anterior.**



→ GRÁFICO 4

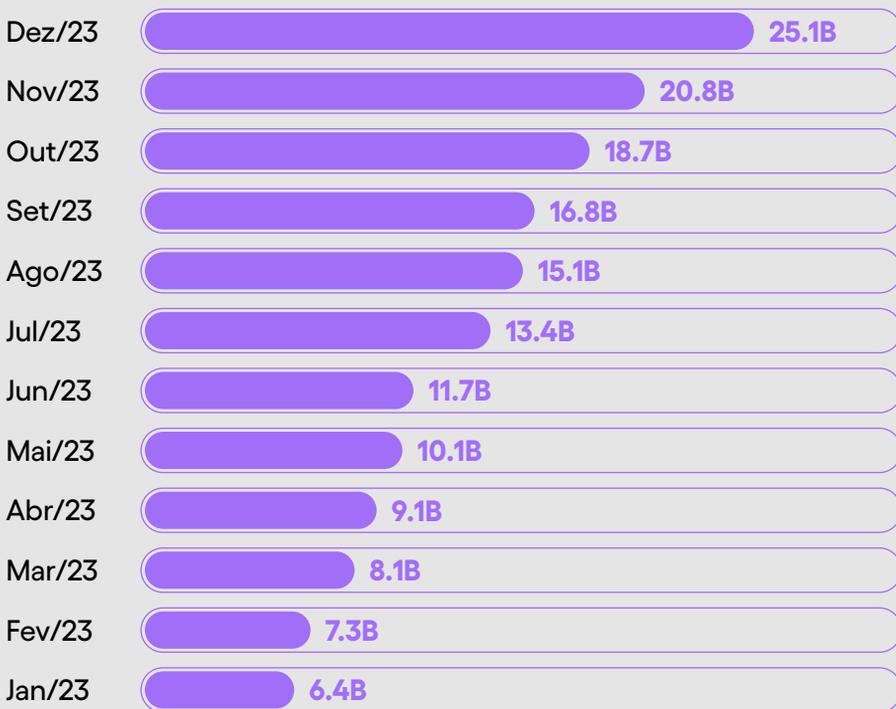
Número de clientes com Caixinhas ativas em cada mês, em milhões:



Outro indicador de crescimento do produto é o valor aplicado pelas pessoas nas Caixinhas: em janeiro de 2023, o total investido era de R\$ 6,4 bilhões, quase **quadruplicando ao longo de um ano, para mais de R\$ 25 bilhões em dezembro de 2023.**

→ GRÁFICO 5

Evolução dos valores investidos nas Caixinhas, em R\$, por mês



As Caixinhas foram criadas com o intuito de atender às necessidades de clientes que gostariam de poupar dinheiro, mas sentiam que tinham pouco conhecimento a respeito do assunto ou consideravam que investir era algo muito complexo, não feito para eles. Caixinhas são ferramentas fáceis de acessar e usar, com regras simples de entender, podendo ser consideradas como um canal de inclusão das pessoas no universo dos investimentos.

Cada pessoa pode criar quantas Caixinhas quiser e dar a cada uma o nome que preferir. Mas, para facilitar, existem cinco Caixinhas básicas disponíveis no aplicativo do Nubank:

→ **RESERVA DE EMERGÊNCIA**

focada para o cliente lidar com imprevistos financeiros - e é por isso que esta é a única opção em que não é possível trocar o investimento, que no caso desta Caixinha é o RDB com liquidez imediata.

→ **REFORMAR A CASA**

uma reserva específica para as pessoas guardarem um dinheiro todo mês para as obras da casa.

→ **FOCAR NA CARREIRA**

para cursos e outros investimentos no desenvolvimento da carreira.

→ **MEU SONHO DE CONSUMO**

para realizar a lista de desejos.

→ **FAZER UMA VIAGEM**

como o nome já diz, destinada ao dinheiro para as próximas férias ou feriados.

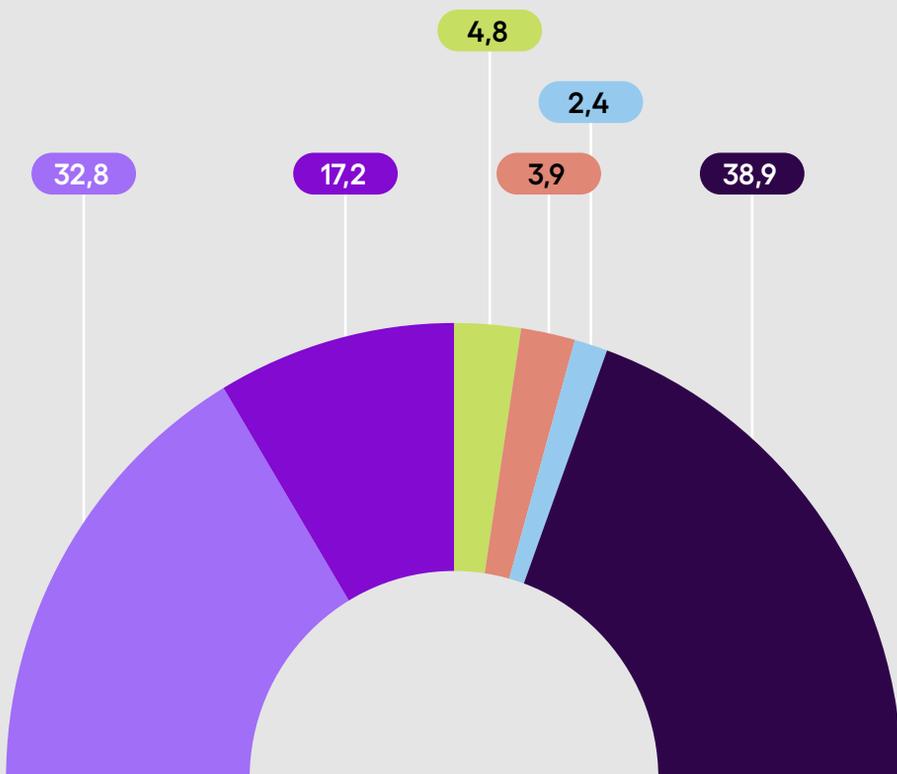
Além delas, existe ainda a Caixinha especificamente destinada aos recursos do Nu Limite Garantido para os clientes que optarem por essa modalidade. Trata-se da possibilidade de as pessoas aumentarem seu limite de cartão de crédito ao deixar um valor de investimento como garantia. Caso a fatura do cartão de crédito não seja paga até a data de vencimento, os investimentos que estão como garantia nesta Caixinha serão usados para pagamento parcial ou total da fatura, dependendo do valor disponível. Essa é uma forma de dar às pessoas a oportunidade de aumentar seu limite mitigando o risco de endividamento.

Nossos dados indicam que a maioria das pessoas que utilizam as Caixinhas o faz para deixar um dinheiro reservado para imprevistos: **32,8% das Caixinhas ativas em dezembro de 2023 recebiam o nome de Reserva de Emergência**; na sequência estão Nu Limite Garantido (17,2%); Meu sonho de consumo (4,8%); Fazer uma viagem (3,9%); e Reformar a casa (2,4%).

→ GRÁFICO 6

Caixinhas pré-estabelecidas mais utilizadas, em %

- Reserva de Emergência
- Nu Limite Garantido
- Meu Sonho de Consumo
- Fazer uma Viagem
- Reformar a Casa
- Outros

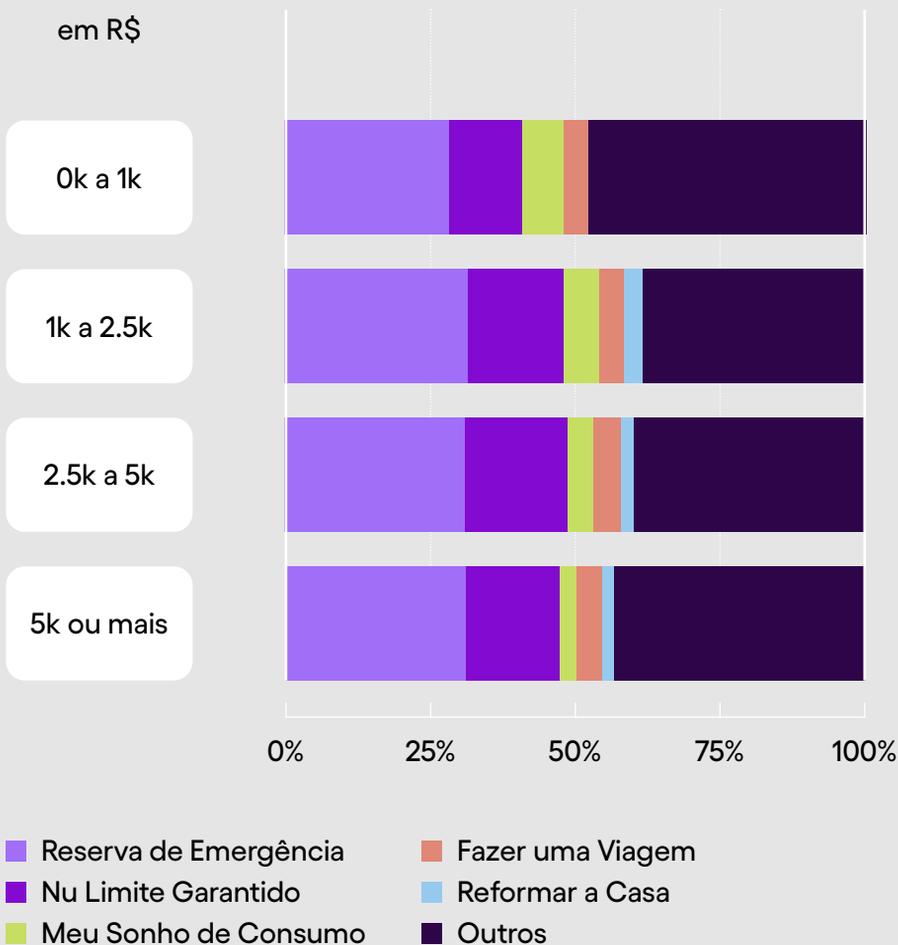


Em dezembro de 2023, havia mais de 1,6 milhão de nomes diferentes para as Caixinhas criadas, e a análise de como os clientes as “batizam” indica que elas remetem ao cumprimento de metas de consumo (Carro, Celular, Moto), moradia (Reforma, Casa, Apartamento), lazer (Viagem), carreira e estudos, além de outros diversos objetivos pessoais.

Quando observamos os nomes das Caixinhas abertas sob a **perspectiva de faixa de renda**, verificamos que, de forma geral, esse não é um aspecto que gera grandes diferenças em relação aos principais motivos que levam os clientes a poupar. Entretanto, é possível concluir que clientes com renda mensal maior possuem preocupação reduzida com as metas referentes a “Sonho de consumo”, o que pode ser devido ao fato de que são pessoas que possuem mais disponibilidade financeira para realizar seus desejos. **A Reserva de Emergência é um objetivo preponderante comum entre todas as faixas de renda**, demonstrando a importância que a população dá para a organização financeira.

→ GRÁFICO 7

Principais nomes de caixinhas por faixa de renda do cliente:



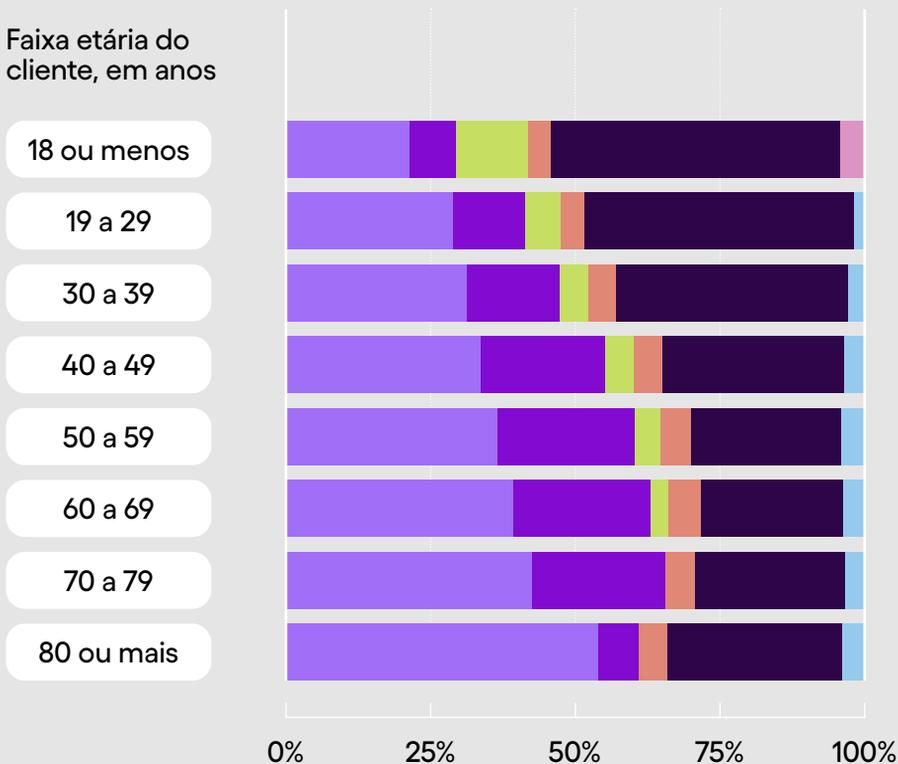
Dados referentes a dezembro de 2023.

Já no recorte por idade, é possível perceber que, **à medida que a faixa etária evolui, a preocupação dos clientes em manter uma reserva de emergência é maior**. Da mesma forma, observamos que clientes mais jovens tendem a investir mais em seu “Sonho de consumo” e também distribuem seus recursos entre objetivos mais variados (o que pode se notar pela alta parcela dedicada a outras Caixinhas que não as pré-estabelecidas). Além disso, clientes menores de 18 anos possuem um foco maior na “Carreira”, enquanto os demais passam a se preparar com o objetivo de “Reformar a casa”.

→ GRÁFICO 8

Principais nomes de caixinhas por faixa etária do cliente:

Faixa etária do cliente, em anos

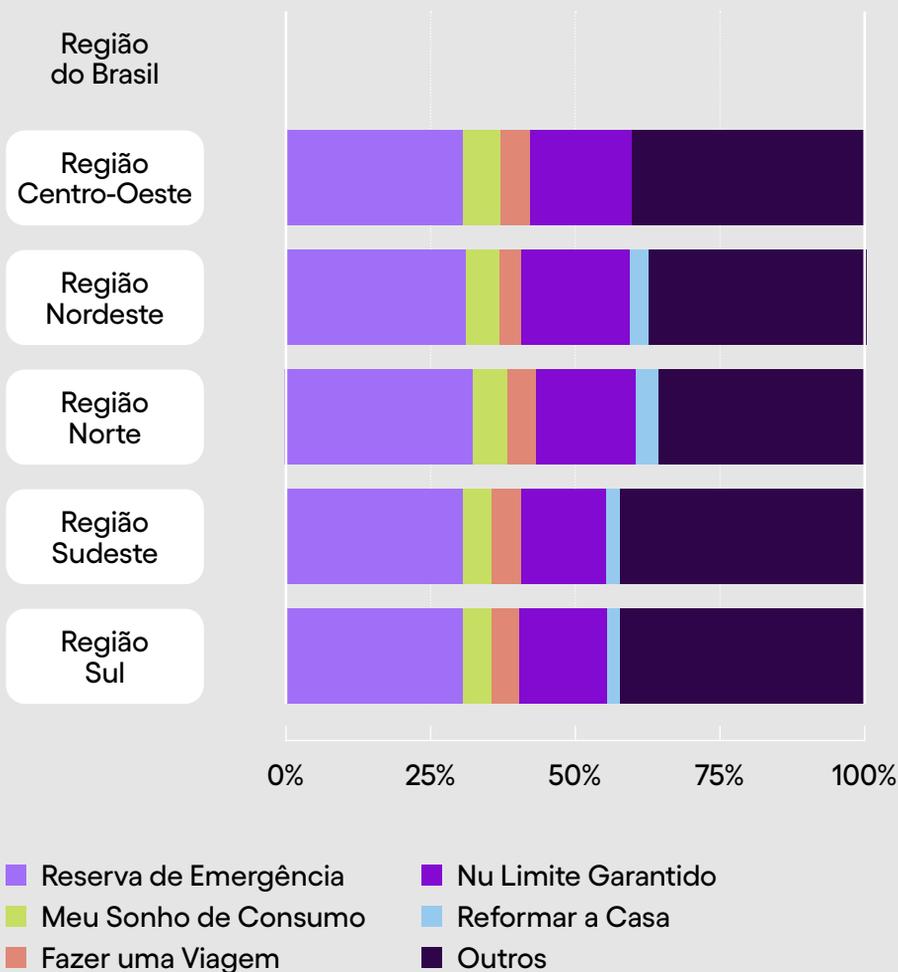


- Reserva de Emergência
- Outros
- Nu Limite Garantido
- Reformar a Casa
- Meu Sonho de Consumo
- Focar na Carreira
- Fazer uma Viagem

Em relação a particularidades regionais, apesar de não haver diferenças muito relevantes entre os objetivos de abertura das Caixinhas, é possível notar que, de forma geral, os clientes das regiões Norte e Nordeste poupam mais para “Reformar a casa”, meta que não aparece no Centro-Oeste, onde o objetivo de “Fazer uma viagem” é ligeiramente maior em comparação com as demais regiões.

→ GRÁFICO 9

Principais nomes de caixinhas por Região do Brasil:

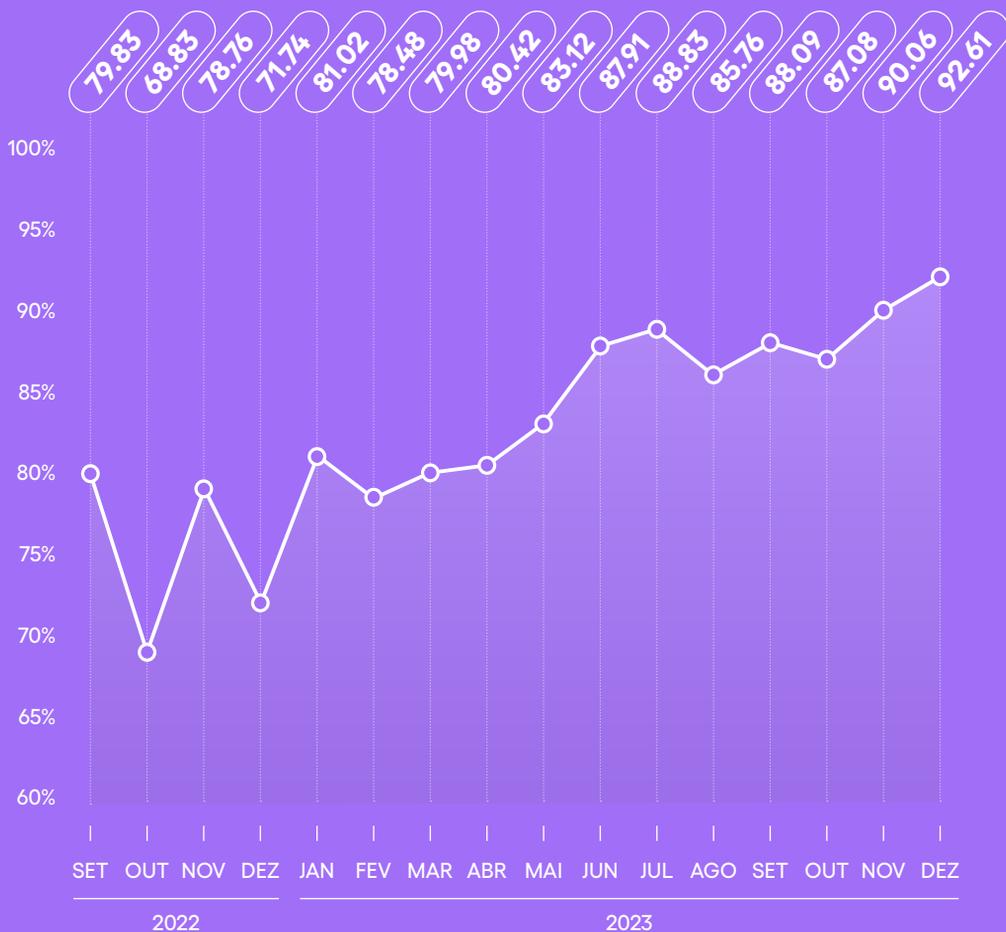


Caixinhas como primeiro passo

Assim como o cartão de crédito é muitas vezes a porta de entrada das pessoas no sistema financeiro, as Caixinhas têm se mostrado o ponto de partida dos clientes do Nubank para seu caminho no mundo dos investimentos. Os dados mostram que, historicamente, é bastante relevante a parcela de clientes que dão início a investimentos com o Nu via Caixinhas. Dos clientes que passaram a investir em produtos do Nubank todo mês, ao menos 70% usaram as Caixinhas como primeira ferramenta para poupar seus recursos. Esse patamar vem evoluindo e se estabilizou na casa mais próxima dos 90% no segundo semestre de 2023.

→ GRÁFICO 10

Parcela dos clientes que passaram a investir com o Nu a cada mês começando pelas Caixinhas, em %



Esta é mais uma evidência de que a compreensão das reais demandas das pessoas e a construção de um portfólio que as atenda são a base para que a inclusão financeira se torne um processo não apenas para dar mais acesso a produtos e serviços, mas principalmente para manter as pessoas inseridas no sistema de maneira saudável e sustentável. Este percurso está em linha com o propósito do Nubank, que chega ao seu 11º ano de existência com a mesma missão de reduzir complexidades, investir em inovação e devolver às pessoas o controle sobre a sua vida financeira.

Dados México



46% dos clientes do México não tinham um cartão de crédito antes do Nu

Após ingressar no mercado mexicano com a oferta de cartão de crédito em março de 2020, o Nu México passou a disponibilizar a conta integralmente no país em maio de 2023, sendo as Caixinhas (ou Cajitas, como são chamadas localmente) oferecidas como uma das funcionalidades da Cuenta Nu desde então.

Ao fim de 2023, o Nu já estava presente com diferentes produtos e serviços em 98% dos municípios mexicanos, alcançando números expressivos tanto em inclusão via cartão de crédito quanto em interesse dos clientes da conta pelas Cajitas. Considerando dados de dezembro de 2023, **46% dos clientes ativos não haviam tido um cartão de crédito antes de iniciar o seu relacionamento com o Nu.** Além disso, no mesmo mês, mais de 1,1 milhão de clientes do Nu no México já haviam aberto Cajitas, uma aceleração expressiva na adoção do recurso em relação a maio do mesmo ano, quando 194 mil clientes tinham colocado dinheiro em Cajitas.

Em seu processo de desenvolvimento dos produtos e serviços que são oferecidos no México, o Nu realizou um estudo para entender quais eram as principais barreiras para a população guardar dinheiro. Em uma pesquisa com mais de 1.500 pessoas entre 18 e 45 anos, 40% responderam que o que impede a economia é o surgimento de despesas inesperadas e a incapacidade de fechar as contas, enquanto 14% indicaram que não sabem como organizar o dinheiro e, como consequência, 12% disseram que não têm controle sobre suas finanças.

Nesse sentido, as Caixinhas surgem como uma opção simples e fácil que dá às pessoas a oportunidade de começar a colocar suas finanças em ordem - criando o hábito de poupar e mostrando, na prática, os benefícios de guardar dinheiro.

Dados Colômbia



Nubank proporcionou primeiro cartão de crédito para 30% de seus clientes na Colômbia

Quase três anos depois de lançar seu cartão de crédito na Colômbia, o Nubank já estava presente em 92% dos municípios do país em dezembro de 2023. Além disso, segundo dados do mesmo mês, **o Nu foi a primeira instituição a oferecer um cartão de crédito para 30% de seus clientes ativos no período.**

Como passo natural da evolução na oferta de produtos e serviços para proporcionar às pessoas uma inclusão financeira completa e sustentável, o Nu Colombia anunciou em janeiro de 2024 a abertura da lista de lançamento para a Cuenta Nu.

O produto foi desenvolvido para atender à crescente demanda dos colombianos por ferramentas que os ajudem a maximizar suas economias e alcançar seus objetivos financeiros de forma mais eficiente, sem perder a capacidade de acessar seu dinheiro quando quiserem.

Segundo uma pesquisa do Nu Colômbia, as pessoas sentem que suas contas são destinadas a pagar despesas em vez de para guardar dinheiro. Mais de 50% dos colombianos enfrentam barreiras para economizar com os produtos existentes no país, seja porque percebem o rendimento como muito baixo ou porque seu dinheiro não cresce devido às taxas de administração e outros custos associados.

Assim como já acontece no Brasil e no México, como parte da Cuenta Nu também serão disponibilizadas as Cajitas, uma opção de investimento que estimula o início de uma formação de poupança com objetivos definidos.

Direitos Data Nubank #7

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.



© Copyright
Nu Pagamentos S.A - Instituição de Pagamento.
Todos os direitos reservados.