

Modalidade “comprar agora e pagar depois” leva a perder noção de gastos afirma a Intrum

written by O Cidadão | 26 de Novembro, 2023

No estudo, **levado a cabo pela Intrum**, a entidade disse que *“milhões de consumidores em toda a Europa estão a perder a noção dos gastos mensais e das despesas domésticas, uma vez que quase metade (45%) dos consumidores admite ter sido apanhado de surpresa com a acumulação das suas subscrições sem se aperceberem. Em Portugal esta média é de 36%”*, destacou.

*“À medida que a inflação ultrapassa o crescimento salarial, os consumidores veem-se com menos dinheiro no bolso”, salientou a entidade, num comunicado, destacando que “os serviços baseados em assinaturas, que permitem aos consumidores repartir o custo dos bens e serviços, embora convenientes, estão a lançar ‘mais lenha para o fogo’ que provoca o ‘Subscription creep’, dado que os pagamentos mensais acumulados das compras online tornam **mais difícil fazer face às pressões do custo de vida”**.*

O estudo deu ainda conta de que *“são predominantemente os consumidores **mais jovens** – Geração Z e Millennials – que são mais surpreendidos pelos compromissos que assumiram com serviços de subscrição”*.

Segundo a Intrum, *“a **Geração Z também tem maior probabilidade de permanecer no topo da modalidade BNPL (Compra Agora, Pague Depois)”**.*

O estudo revela ainda que *“a Geração Z é significativamente menos propensa a descrever-se como forte no acompanhamento de onde está a gastar o seu dinheiro – 61% geração Z vs. 59% Milleniuns e 54% Boomers, respetivamente”*.

Por outro lado, “o crescimento das soluções de crédito ‘**compre agora, pague depois**’, que permitem aos consumidores contrair dívidas no ponto de venda, também está a ter um impacto significativo”, destacou, salientando que “seis em cada dez consumidores portugueses (59%) admitem ter dificuldade em acompanhar as compras buy-now/pay-later que fazem durante um mês normal, o que coloca Portugal no topo do ranking, seguido da Grécia (55%) e França (52%), valores muito acima da média europeia (35%)”.

Além disso, “após o inquérito realizado, 25% dos consumidores portugueses afirma ter menos visibilidade dos empréstimos de curto prazo (por exemplo, cartões de crédito e empréstimos instantâneos) do que há 12 meses. Valor em linha com a média europeia (23%)”.

O **relatório European Consumer Payment** baseia-se num inquérito externo realizado simultaneamente em **20 países na Europa**, incluindo Portugal, com um total de 20 mil consumidores a participarem nesta edição de 2023.

O inquérito foi realizado entre julho e setembro deste ano.