

FACULDADES DOCTUM-CARATINGA

CARLA CRISTY SILVA CARVALHO

MAIZA THIARA DO PRADO ALVES

**UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PLANEJAMENTO
FINANCEIRO PESSOAL DO CONSUMIDOR NO ACESSO AO
CRÉDITO ROTATIVO**

BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

DOCTUM-MINAS GERAIS

2018

CARLA CRISTY SILVA CARVALHO
MAIZA THIARA DO PRADO ALVES

**UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PLANEJAMENTO
FINANCEIRO PESSOAL DO CONSUMIDOR NO ACESSO
AO CRÉDITO ROTATIVO**

Monografia apresentada à banca examinadora do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Doctum de Caratinga como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Professora Sílvia Helena da Costa Martins.

DOCTUM- MINAS GERAIS

2018

TERMO DE APROVAÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO PESSOAL DO CONSUMIDOR NO ACESSO AO CRÉDITO ROTATIVO, elaborado pelo(s) aluno(s) CARLA CRISTY SILVA CARVALHO e MAIZA THIARA DO PRADO ALVES foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceito pelo curso de CIÊNCIAS CONTÁBEIS das FACULDADES DOCTUM DE CARATINGA, como requisito parcial da obtenção do título de

BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

Caratinga 06/12/2018


SÍLVIA HELENA COSTA MARTINS
Prof. Orientador


ALDER MACHADO CAMPOS
Prof. Avaliador 1


THALES LEANDRO DE MOURA
Prof. Examinador 2

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, que é nosso Senhor e Salvador. Aos nossos pais que sempre foram os nossos maiores incentivadores. E a todos os amigos e familiares que nos apoiaram e torceram pelo nosso sucesso.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos imensamente a Deus, que nos deu a vida e nos capacitou para chegarmos até aqui.

A nossa família que desde o princípio foi à base para o que nos tornamos hoje, nos mostrando que nenhum sonho é impossível quando se tem fé e determinação.

Aos nossos colegas de sala que caminharam conosco esses quatro anos de curso e colaboraram para que concluíssemos com êxito todas as atividades.

A nossa orientadora Silvia Martins, que com sua dedicação, responsabilidade e paciência nos orientou para que desenvolvêssemos este trabalho com excelência.

Aos professores que com dedicação e comprometimento nos transmitiram conhecimentos e contribuíram para a nossa formação.

O nosso muito obrigada a todos!

RESUMO

O presente trabalho reflete uma análise da influência do planejamento financeiro pessoal do consumidor no acesso ao crédito rotativo tem como objetivo analisar os pontos positivos e negativos da utilização do crédito rotativo, procurando mostrar como é importante fazer o planejamento financeiro pessoal e ter cautela para não tomar decisões que levem ao endividamento. Com o intuito de verificar quais são os problemas que podem ocorrer quando se faz o uso do cartão de crédito e ultrapassa o limite, será aplicado um questionário com os acadêmicos do 7º e 8º períodos de Administração e Ciências Contábeis das faculdades Doctum de Caratinga para verificar tais questões. Dessa forma será possível mensurar se a maioria está consciente de suas decisões sobre a correta utilização do uso do cartão de crédito e limite do mesmo. Tendo um planejamento financeiro adequado de acordo com os tipos de gastos constando, por exemplo, os gastos fixos e variáveis será possível saber como está o limite de crédito para que não precise utilizá-lo nem em casos de emergência. Tendo isso em ordem será possível eliminar e principalmente evitar o endividamento pessoal.

Palavras-chave: Cartão de Crédito, Planejamento Financeiro, Limite de Crédito, Crédito Rotativo.

ABSTRACT

The present work was a critical analysis of the economy of people and the consumer, without access to the revolving credit plan, with the positive and negative objectives of the use of revolving credit, how the investment is important for the financial planning and the caution not to take decisions that lead to indebtedness. In order to verify the problems that may occur when using a credit card and exceeding the limit, a questionnaire will be applied with the 7th and 8th year students of Administration and Accounting Sciences of the Faculties Docentes de Caratinga to verify such questions. For that it will not be possible to have your score is conscious your connections over the use of the use of the credit card and limit of the same. Having adequate financial planning according to the types of spending, for example, fixed and variable expenses will be like knowing if the credit limit for the precise cases are not applied in cases of emergency. What is more likely to have a greater effect than personal indebtedness.

Key Words: Credit Card, Financial Planning, Credit Limit, Revolving Credit.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS.....	12
1.1 O Uso da Ferramenta: Cartão de Crédito.....	12
1.2 Pontos Positivos e Negativos do Uso do Cartão de Crédito:.....	14
1.2.1 Pontos Positivos:	14
1.2.2 Pontos Negativos:	15
1.3 O Reflexo do Consumo Compulsivo e Materialista na vida do Consumidor.....	16
1.4 Causas do Endividamento do Consumidor	21
1.5 Alfabetização financeira X Educação financeira.....	24
2. METODOLOGIA.....	28
2.1 Amostra e População	29
3. ANÁLISE DA AMOSTRA TOTAL	30
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1-População e Amostra estabelecida.....	29
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1-Aumento do faturamento de cartões de crédito	13
Gráfico 2-Sexo	30
Gráfico 3-Faixa etária dos pesquisados.....	30
Gráfico 4-Contas Bancárias	30
Gráfico 5-Cartão de Crédito.....	31
Gráfico 6-Utilização do cheque especial	31
Gráfico 7-Frequência de utilização de cartão de crédito.....	32
Gráfico 8-Pagamento da fatura do cartão de crédito	32
Gráfico 9-Utilização do crédito rotativo	32
Gráfico 10- Conhecimento da porcentagem das taxas de juros	33
Gráfico 11-Avaliação das taxas	33

INTRODUÇÃO

O cartão de crédito possibilita grande facilidade e praticidade para a vida de modo geral e torna possível a compra de produtos até mesmo sem sair de casa. Contudo, ele trouxe também consequências ruins para o consumidor, como maior facilidade para endividamentos. A falta de controle na utilização do crédito rotativo do cartão de crédito tem levado muitas pessoas a entrarem em uma situação de insolvência financeira.

Nessa perspectiva observa-se que quanto maior for o endividamento, menor será a capacidade de compra do consumidor e isso acaba afetando a economia, visto que a mesma se embasa no desejo e capacidade de compra. E havendo uma restrição à capacidade de compra e uma evolução do índice de endividamento, isso irá afetar as empresas e os agentes de mercado.

Desse modo, justifica-se esta monografia a partir do momento em que ela contribui para a Ciência da Contabilidade, pois a mesma tem interesse em entender todo e qualquer fator socioeconômico que afete ou coloque em risco o crescimento das organizações que atuam no mercado comum. E para a sociedade este estudo trouxe grande contribuição através da conscientização e das mudanças no planejamento financeiro pessoal, a fim de trazer qualidade de vida para os consumidores que utilizam o cartão de crédito como forma de pagamento.

Com esse objetivo procurou-se nessa pesquisa, responder ao seguinte problema: Quais os impactos do planejamento financeiro pessoal para os consumidores universitários do curso de Ciências Contábeis e Administração das Faculdades Doctum de Caratinga com acesso ao limite de crédito rotativo?

A resposta para este problema parte das seguintes hipóteses:

H0- A maioria dos universitários do 7º Período e 8º Período dos cursos de Ciências Contábeis e 8º Período Administração das Faculdades Doctum de Caratinga sabem utilizar os limites de créditos.

H1- A maioria dos universitários do 7º Período e 8º Período dos cursos de Ciências Contábeis e 8º Período Administração das Faculdades Doctum de Caratinga não sabem utilizar os limites de créditos.

Com o intuito de buscar uma solução viável para o problema proposto, será realizado um estudo de caso nas Faculdades Doctum de Caratinga-Mg com os acadêmicos do 7º e 8º períodos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis,

onde será aplicado um questionário contendo 10 perguntas, a fim de mensurar os conhecimentos dos acadêmicos a respeito do crédito rotativo do cartão de crédito. Que foram sustentadas pelo marco teórico descrito abaixo, tomado pelos autores Kim e Devaney:

Os consumidores que têm uma atitude positiva em relação ao crédito são susceptíveis de aumentar os seus saldos de cartão de crédito em circulação, para uniformizar os fluxos de consumo. Educadores financeiros e consultores precisam ajudar os consumidores a entender o papel que desempenha a atitude no uso de crédito para obter bens e serviços.¹

Os objetivos específicos traçados correspondem a analisar os impactos que os créditos causam no planejamento pessoal financeiro; identificar os fatores que levam ao endividamento na utilização dos créditos rotativos e sugerir mudanças no planejamento financeiro pessoal.

Para atendermos a esses objetivos desenvolveu-se este trabalho com a metodologia de pesquisa quantitativa, descritiva e bibliográfica aliada a um estudo de caso, aplicando um questionário para os acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis responderem, com a finalidade de levantar dados suficientes que comprovem se os mesmos possuem conhecimentos a respeito do crédito rotativo e como utilizam esse crédito.

A partir dessa metodologia esta monografia foi dividida em cinco capítulos. No primeiro capítulo falamos sobre as considerações contextuais. Na seção 1.1 falamos sobre como surgiu o cartão de crédito e também da sua importância na atualidade. Na seção 1.2 discorreremos sobre as vantagens e desvantagens de se utilizar o crédito rotativo do cartão de crédito. Na seção 1.3 retratamos os efeitos do consumo compulsivo das pessoas por meio do cartão de crédito. A seção 1.4 teve como objetivo mostrar as causas que levam o consumidor ao endividamento. Na seção 1.5 falamos sobre a importância da alfabetização financeira e educação financeira. Já o capítulo 2 tratou da metodologia utilizada nesta monografia. O capítulo 3 tratou da análise amostral e o capítulo 4 descreveu as considerações finais.

¹KIM, H., & DEVANEY, S. A. (2001). **The determinants of outstanding balances among credit card revolvers.** *Financial Counseling and Planning*, 12(1), 67-78. Recuperado em 10 abril, 2014.

1. CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS

1.1 O Uso da Ferramenta: Cartão de Crédito

Em 1956 o cartão de crédito foi lançado no Brasil, mas só ganhou maior importância na década de 90. Ele só passou a ter essa importância mais tarde, devido algumas restrições que antes eram impostas a seu uso, como a proibição da sua utilização para a compra de combustíveis. Outro exemplo de restrição era a bandeira exclusiva que só permitia que um mesmo banco emissor operasse com uma só bandeira².

O cartão de crédito é uma ótima ferramenta, contudo se for utilizada de forma inadequada pode trazer sérios problemas. Os autores Roberts e Jones declaram que o cartão de crédito se trata de uma ferramenta que proporciona gastos, uma vez que simplifica as transações financeiras e também não necessita de dinheiro imediato³.

A cartilha do Banco Central do Brasil menciona que o cartão de crédito é um instrumento que não exige dinheiro imediato na hora da compra ou contratação de serviços⁴. Somente em outro momento é que a pessoa que utilizou o cartão de crédito terá que pagar a conta, devolvendo o dinheiro utilizado. Sendo assim, todas as despesas ocasionadas pelo uso do cartão deverão ser pagas.

Segundo Ferreira e Filho o cartão de crédito e o cheque especial são tipos de créditos fáceis mais utilizados pelas pessoas, devido as suas características de disponibilidades similares às dos empréstimos⁵. Existem casos de pessoas que utilizam o valor do cartão de crédito e o limite do cheque especial como parte de seus salários.

A cada ano que passa a utilização do cartão vem crescendo, seguindo o aumento da renda e acompanhando os avanços em geral adquiridos pela sociedade brasileira. Existem muitos pontos que agradam a população no momento de usar o

²COSTA, Fernando Nogueira da; COSTA, Carlos Anibal Nogueira da; OLIVEIRA, Giuliano Contento de. **ABECS- Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços**, 2010.

³ROBERTS, J. A.; JONES, Eli. **Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. The Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 2, p. 213-240, mar. 2001.

⁴ BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Cartilha de Cartão de Crédito**, 2014. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pec/apron/apres/cartilha.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2018.

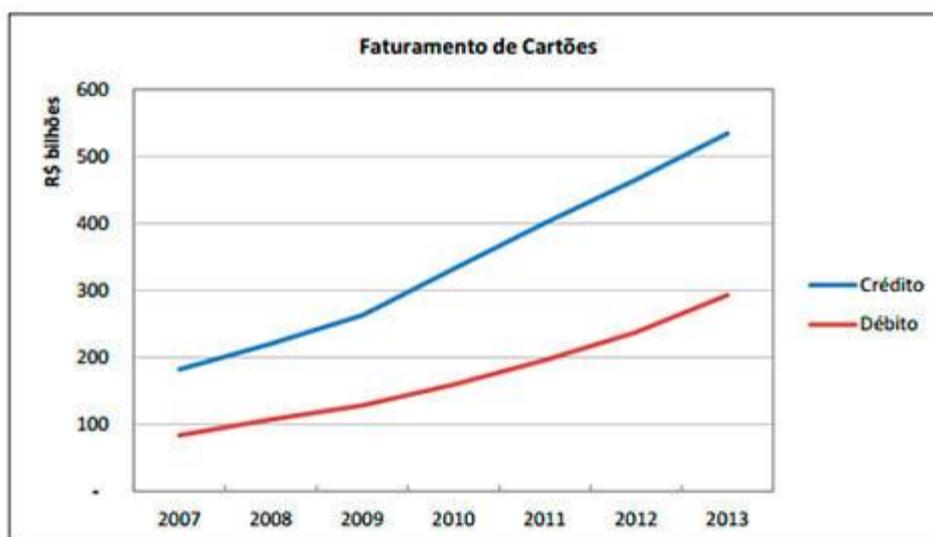
⁵*ibidem* 3

cartão de crédito para fazer seus pagamentos, como a segurança, a simplicidade e a ampliação das possibilidades de compras.⁶

Conforme a Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviços, o cartão de crédito está incorporado na rotina das pessoas e ele é visto mundialmente como símbolo do consumismo⁷. A utilização do cartão tem aumentado 20% ao ano e nos últimos dez anos obteve um crescimento de 431%. Devido à variedade de tipos de cartão e a facilidade do acesso ao crédito, para se ter uma vida financeira saudável é necessário compreender que o benefício do cartão provém por se tratar de uma ferramenta e não da possibilidade de obter bens sem ter dinheiro.

O gráfico abaixo revela que o faturamento do cartão de crédito obteve um crescimento expressivo entre 2007 a 2013 e desse modo também podemos afirmar que o consumo do cartão de crédito aumentou, revelando que com o passar dos anos mais pessoas tiveram acesso a essa categoria de crédito.

Gráfico 1-Aumento do faturamento de cartões de crédito



Fonte: Banco Central do Brasil

Fonte: Banco Central do Brasil (2013)

⁶Idem 4

⁷ABECS-Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços, 2013. Disponível em: <<http://www.abecs.org.br/noticia/a-evolucao-dos-meios-de-pagamento>>. Acesso em: 11 maio 2018.

1.2 Pontos Positivos e Negativos do Uso do Cartão de Crédito:

1.2.1 Pontos Positivos:

A velocidade com que os cidadãos se adaptaram à utilização do cartão de crédito supõe que seja devido à sua praticidade, pois com ele podemos tanto pagar contas como financiar todos os tipos de compras em curto prazo e longo prazo. Segundo Kim e DeVaney as pessoas atualmente também estão buscando crescentemente melhorar suas rendas e isto deverá ocasionar um grande impacto na economia, pois conseqüentemente aumentará o total de indivíduos que poderão adquirir cartão de crédito e terão maior saldo nos cartões de crédito⁸.

Já a utilização do cartão de débito pode ser de grande ajuda no controle dos gastos, pois quando o saldo chegar a zero não tem como comprar mais e então só se fará compromisso com o dinheiro que realmente se tem em conta. Há pessoas que utilizam os cartões de débito com frequência e por perceberem as vantagens de gastar apenas o saldo que se tem na conta, nem pensam na possibilidade de fazerem empréstimo em crédito⁹.

Não se pode negar que progressivamente o crédito se torna algo acessível e com o bom recebimento da população está facilitando a atual vida e incentiva a economia. Segundo Silva¹⁰ o crédito tem outras utilidades e uma delas é possibilitar: que a população adquira casas, automóveis e bens de consumo; as indústrias a conseguirem investimentos sem precisar utilizar seus próprios fundos, simplificando a venda de seus objetos e serviços; aos governos, formar um suporte que não precise ser financiado mediante as estimativas dadas anualmente, considerando o que a população precisa, como estradas, escolas, hospitais entre outros.

Através de diversas razões o crédito está se convertendo em algo acessível para o consumidor, assim facilitando por meio do planejamento e recepção dos cartões de créditos e transformando em curto prazo um dos essenciais instrumentos financeiros usados pelas pessoas, como diz Bertaut e Haliassos¹¹. Também para os

⁸KIM, H.; DEVANEY, S. A. **The determinants of outstanding balances among credit card revolvers**, 2001. Association for Financial Counseling and Planning Education.

⁹BERTAUT, C. C., & HALIASSOS, M. (2005). **Credit cards: facts and theories**. *Social Science Research Network*. Recuperado em 15 abril, 2014.

¹⁰SILVA, P. R. (2011). **Psicologia do risco de crédito: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring**. Tese de Doutorado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, SP, Brasil.

¹¹*Ibidem*

autores o uso exagerado dos cartões de crédito, muitas vezes causam grandes problemas para pessoas que compram muito.

L. P. Claudino, M. B. Nunes e F. C. da Silva, afirmam que quando as pessoas necessitam comandar um maior acervo de instruções, elas passam a evidenciar a relevância da educação financeira e percebem a sabedoria de se ler e analisar os números e desse modo modificá-los e transformá-los em instruções para preparar um planejamento financeiro que fique certificado de um consumo sadio e um futuro balanceado com as finanças pessoais¹².

Algumas vezes essa educação é obtida e melhorada, as pessoas pretendem no seu futuro juntar ativos e para dispor em média de 25% de sua renda ainda que efetuem orçamentos em conformidade com suas eficiências financeiras¹³.

1.2.2 Pontos Negativos:

Por serem oferecidas diversas maneiras de ter um financiamento a mais do que já se tem, acaba encorajando a população a adquirir mais. Com isso pode se perceber que por ser tão fácil obter vários cartões de créditos há mais condições de ficar muito endividados, podendo também supor que os indivíduos que fazem muita utilização de crédito, em especial do cartão de crédito em viagens, compras, contas a pagar, tem mais probabilidade de utilizar o crédito rotativo acarretando o aumentando do valor da fatura¹⁴.

Em conformidade com Lee e Kwon devido às várias funções que podemos dar ao cartão de crédito hoje em dia, a ampliação do seu uso está gerando crescente apreensão no comércio em geral¹⁵.

Apesar de toda a praticidade e comodidade que a utilização do cartão de crédito proporciona as pessoas, Roberts e Jones, acham que tem um lado muito negativo do cartão de crédito que corresponde ao abuso do uso do mesmo, pois pelo fato de não necessitar de ter dinheiro em mãos no instante da compra, cria-se uma falsa ideia de

¹²CLAUDINO, L. P., NUNES, M. B., & SILVA, F. C. da; (2009). **Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos. Anais do Seminários em Administração – SemeAd.** São Paulo, SP, Brasil, 9.

¹³*Ibidem* 12

¹⁴*Idem* 8.

¹⁵LEE, J.; KWON, K. N. **Consumers' use of credit cards: store credit card usage as an alternative payment and financing medium. Journal of Consumer Affairs**, v. 36, n.2, p. 239-262, mar. 2002.

se ter uma capacidade de compra que não existe realmente, ficando então endividado¹⁶.

Por fazer a utilização do cartão de crédito sem ter um bom planejamento do mesmo, sendo apto a direcionar vários aumentos de dívidas que acabam podendo se sujeitar a uma má saúde financeira e uma insegurança do seu estado físico e mental.

Geralmente o cartão de crédito causa um grande acúmulo de dívidas para as pessoas por não ser preciso ter o dinheiro na hora da compra e por ter várias formas de efetuar o pagamento das parcelas¹⁷.

1.3 O Reflexo do Consumo Compulsivo e Materialista na vida do Consumidor

Fundamentada na visão de Valence, D'Astous e Fortier, existem quatro tipos diferentes de doença da pessoa que é um comprador:

O reativo e emocional, para esse comprador tem que haver certa relevância sobre o produto que mesmo remeta a ele um valor simbólico e que o leve a sentir que o item a ser adquirido causou uma sensação de grande satisfação e felicidade; O impulsivo, este comprador sente uma vontade de repente de comprar e vai e compra mesmo, por impulso e com isto sua vida às vezes gira em torno desta situação psicologicamente conflitante; O fanático, ele considera importante um único e determinado tipo de objeto, tendo como exemplo: DVDs, óculos, bolsas, calçados, estes produtos são adquiridos para fins de coleção ou para satisfazer a necessidade que ele possa ter de sentir uma sensação prazerosa ao comprá-los; O descontrolado, este quando passa por algum problema, sejam eles emocionais ou não, ao invés de tentar resolvê-los sai imediatamente às compras.¹⁸

Foi observado por Richins e Dawson¹⁹ que baseado em diversos tipos de análises feitas sobre os comportamentos das pessoas, entende-se que o que elas pensam e as atitudes que tomam demonstram que vivem o materialismo ao extremo, dando muito valor a tudo que estão tentando adquirir e tudo que já conseguiram ter ao longo de sua vida.

Conforme os autores²⁰ os materialistas consideram que o mais importante na vida é conseguir mais e mais bens, pois eles acreditam que quanto mais bens

¹⁶BLOCK-LIEB, S.; JANGER, E. J. **The myth of the rational borrower: rationality, behavioralism and the misguided "reform of bankruptcy law"**. In: Social Science Research Network. 2006.

¹⁷WANG, L. B., WEI LU, A., & MALHOTRA, N. K. (2011). **Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China**. *Journal of Economic Psychology*, 32(1), 179-193. DOI: 10.1016/j.joep.2010.11.006.

¹⁸D'Astous e Fortier (1988),

¹⁹RICHINS, M. L., & DAWSON, S. (1992). **A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation**. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316. DOI: 10.1086/209304

²⁰*Idem* 19

adquirem, mais fácil fica para transmitir a imagem de que eles têm bom status e conseqüentemente se sentem felizes e realizados por acharem que causam nas pessoas a impressão de que tem vida tão boa que quase chega à perfeição. Por isto eles estão sempre tentando manter este padrão de vida e consideram que essa é a meta principal de sua vida, pensam que devem fazer de tudo para alcançá-la e se preocupam mais com isso do que qualquer outra coisa da vida.

Na visão de Faber e Christenson as pessoas compram muitas coisas, fazem dívidas gigantescas, pois tem a falsa ilusão de que os bens adquiridos vão fazer com que elas esqueçam todos os seus problemas, tristezas e até aliviar certas doenças²¹.

Foi observado por Woodruffe²² que os cidadãos em geral sentem um determinado vazio emocional e por conseqüência muitas vezes ficam tristes, desconfiadas, impacientes, com baixa autoestima e com outros problemas emocionais, chegando até ter depressão, para sair dessa situação eles pensam que o único recurso é comprar mais e mais.

J. Roberts²³relata que as compras compulsivas são vistas por ele como o ato de efetuar por várias e várias vezes compras, durante toda a vida, sem nenhuma expectativa de cessar este comportamento da parte do comprador, pois ele tem para si que pode resolver todas as questões da vida, inclusive as emocionais com as compras. A maioria das pesquisas relacionadas às compras compulsivas informam que esta conduta acontece mais com a população mais madura e se centraliza especialmente em evidências auto identificadas de consumidores compulsivos.

Há várias formas de se mostrar as fases de compras: identificar aquilo que precisa, procurar instruções, pensar nas escolhas, adquirir, consumo, pensar sobre pós-adquirir, tomar ou desfazer-se. Essa pesquisa vai centralizar nas etapas de adquirir como disse Engel, Blackwell e Miniard²⁴. Com isso se observa algumas medidas relativas: adquirir ou não; quando adquirir; o que adquirir; onde adquirir; como adquirir.

²¹FABER, Ronaldo J.; CHRISTENSON, Gary A. **In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers.** *Psychology & Marketing*, v. 13, n. 8, p. 803-819, Dec. 1996. p.141.

²²WOODRUFFE, Helen R. **Compensatory consumption: why women go shopping when they're fed up and other stories.** *Marketing Intelligence & Planning*, 15(7), 325-334. (1997).

²³ROBERTS, James A. **Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy.** *Journal of Consumer Affairs*, v. 32, n. 2, p. 295-308, Winter 1998.

²⁴ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor.** 8. ed. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 2000.

As vontades de compras dos compulsivos podem ser separadas em ordem de compra planejada, parcialmente planejada e não planejada. Planejadas, quando houver um desejo de consumo tanto pelo objeto do que pela a sua marca; parcialmente planejada, quando as vontades de uma compra envolvem apenas o objeto e compra não planejada, é um pensamento de compra por vontades momentâneas, ou seja, algo desprezioso ou prazeroso, os dois são ligados ao estímulo.²⁵

Foi notado por Sheth, Mittal e Newman que os consumidores compulsivos estão sempre adquirindo diversos tipos de mercadorias e algumas delas são tão desnecessárias que provavelmente eles nem vão fazer o uso das mesmas. Também compram um número exagerado de mercadorias com tanto excesso que ficam além da sua verdadeira necessidade de consumir e o que é pior, por comprarem compulsivamente, na maioria das vezes não têm condições de quitar as contas²⁶.

Como diz Kwak, Zinkhan e Crasknos dias de hoje a aquisição de mercadoria de forma compulsiva é vista como um acontecimento mundial, sendo um bom material para especialistas em psiquiatria, psicólogos e marketing pesquisar²⁷.

Algumas pessoas têm a mania de visitar vários sites de compras e têm hábito também de irem a lojas com muita frequência, pois elas sentem realmente que há necessidade de estarem nestes lugares, sejam eles lojas físicas ou virtuais. Nos dias de hoje as pessoas que vivem na América do Norte e na Europa estão habituados a fazerem a aquisição de certos itens e ou serviços, não por encontrarem os valores mais em conta e nem por serem bens de extrema ou primeira necessidade de se adquirir, mas sim pela sensação de conforto que tais aquisições podem causar a elas, pois se sentem tão bem, que acham que estão totalmente realizadas e isto tudo está relacionado ao desejo de alcançar maior satisfação psicológica²⁸.

A maioria das pessoas que compram produtos, em algumas horas são para se sentirem felizes, os objetos que conseguem possuir geram um sentimento de êxito, vitória e até uma falsa ideia de se ter poder para ter o que quiser comprar.

²⁵ *Ibidem*

²⁶ SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. **Comportamento do cliente**. São Paulo: Atlas, 2001.

²⁷ KWAK, Hyokjin; ZINKHAN, George M.; CRASK, Melvin R. **Diagnostic Screener for Compulsive Buying: applications to the USA and South Korea**. *The Journal of Consumer Affairs*, v. 37, n. 1, p. 161-169, Summer 2003.

²⁸ DITTMAR, H. (2004). **Understanding and diagnosing compulsive buying**. In R. Coombs (Ed.), *Handbook of addictive disorders: a practical guide to diagnosis and treatment*. New York: Wiley.

Fundamentado nas análises sobre quem faz a utilização do cartão de crédito com mais frequência, se são as pessoas que usam às vezes devido à necessidade do momento ou as pessoas que utilizam o crédito rotativo diariamente, concluíram que os indivíduos que tem famílias que possuem maior número de integrantes na sua composição geral ficam mais endividados do que as famílias que não possuem filhos²⁹.

Como diz Baek e Hong para custear a educação de sua família, algo que todos têm como um dos objetivos mais essenciais do que o planejamento de qualquer outra coisa, por exemplo, sua aposentadoria, controlar a dívida é algo difícil que acaba sendo mais essencial do que a aquisição da casa própria³⁰. Então uma análise da dívida da pessoa que é comprador comparado às diversas etapas de sua vida, desenvolveram boas notícias para compreender melhor como são grandes as buscas e os obstáculos financeiros em diversos momentos da vida. Assim com um grupo de várias dívidas não é desse modo que foram criadas.

Segundo Borges já faz algum tempo que tem sido considerado relevante por parte de pesquisadores e/ou analistas pesquisar acerca da maneira de agir das pessoas quando se refere a resolver problemas financeiros, ou seja, como elas fazem para melhor gerir suas finanças³¹. Há vários grupos científicos entre eles, Psicologia Econômica, Marketing, a Teoria dos Jogos, Finanças Comportamentais, que estão pesquisando qual é a postura e quais as atitudes que os consumidores tomam quando se refere aos seus atos: de comprar, comercializar, economizar e comprometer-se com contas a pagar.

Borges também alega que a juventude é uma etapa importante e de vital necessidade para amadurecimento do ser humano, pois é neste momento que se aprimora formação da personalidade, do caráter, do jeito de ser da pessoa e define como ela irá se comportar na sociedade, nesta etapa é bom ter contatos com pessoas que sejam boa referência para que ela possa se espelhar e assim se tornar uma pessoa boa e responsável, pois é nesta etapa da vida também que ela passa por

²⁹TAN, A. K. G.; YEN, S.; LOKE, Y. J. **Credit card holders, convenience users and revolvers: a tobit model with binary selection and ordinal treatment**. Journal of Applied Economics, v. 14, n. 2, p. 225-255, 2011.

³⁰BAEK, E.; HONG, G. **Effects of family life-cycle stages on consumer debts**. Journal of Family and Economic Issues, v. 25, n. 3, p.359-385, 2004

³¹BORGES, P. R. S.; TIDE, F. **Educação Financeira e sua influência no comportamento do consumidor no mercado de bens e serviços**. In: ENCONTRO DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA, 5., 2010, Campo Mourão. Anais... Campo Mourão, PR, 2010.

muitos questionamentos, dúvidas e descobertas, está sempre querendo saber quem é e em suma têm várias perguntas, mas acima de tudo quer se mostrar e se encaixar no convívio com os outros jovens, desse modo é por isso que quer tanto comprar mercadorias³².

Porém, quando compra produtos só para aparecer ou ostentar uma condição financeira que às vezes nem têm ou para fazer com que os outros desejem aquilo que ela possui, estas atitudes são mal vista e mostram o lado ruim do materialismo, mas se a aquisição de bens for só para suprir alguma necessidade e estes consumos forem bem controlados pode ser considerado algo bom do materialismo³³.

Conforme Keese e Schmitz muitas pessoas para favorecerem uma boa condição de vida para sua família, se envolvem em diversas transações financeiras, entre elas o empréstimo de longo prazo de pagamento, ficando assim muito endividadas, principalmente quando acontecem fatores externos como o desemprego, doenças, entre outros que dificultam a realização dos pagamentos das parcelas em dia³⁴.

Querendo mencionar as variações demográficas, atitudinais, do feitio e particularidade do cartão de crédito que atuam na dívida do cartão, analisaram que o público masculino é mais propício a se endividar em enorme constante escala que o público feminino. Wang, Lu e Malhotra, também dizem que isso acontece pelo motivo que as mulheres são cautelosas com as escolhas financeiras, demonstram melhores disciplinas e programação sobre orçamento financeiro e acabam sendo contrárias ao risco³⁵.

Segundo Richins os materialistas valorizam muito todos os bens que conseguem adquirir, isso acaba sendo para eles como um medidor de vitória pessoal e consequentemente acha que por terem conseguido os objetos que tanto desejam serão felizes e se sentirão realizados também³⁶. Por pensarem assim eles julgam as demais pessoas pelo que elas têm. Os materialistas pensam que para manter esta sensação de felicidade constante é necessário estar adquirindo sempre mais e mais

³² *Idem* 31

³³ *Idem*

³⁴ KEESE, M.; SCHMITZ, H. **Broke, ill and obese: the effect of household debt on health**. In: Social Science Research Network, 2010. p.305.

³⁵ WANG, L. B., WEI LU, A., & MALHOTRA, N. K. (2011). **Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China**. Journal of Economic Psychology, 32(1), 179-193. DOI: 10.1016/j.joep.2010.11.006.

³⁶ RICHINS, M. L. (2011). **Materialism, transformation expectations, and spending: implications for credit use**. Journal of Public Policy & Marketing, 30(2), 141-156. DOI: 10.1509/jppm.30.2.141

bens. Vendo essas particularidades é compreensível supor que tais pessoas estão mais dispostas do que outras a aguardarem mudanças do significado dos objetos que eles adquirem.

1.4 Causas do Endividamento do Consumidor

Foi analisado por Livingstone e Lunt sobre as alterações demográficas, que há uma conexão ruim entre as idades de certas pessoas e a utilização do crédito excessivo pelas mesmas³⁷. Eles verificaram também que quanto aos assuntos sócio demográficos as consequências que levam ao endividamento são baixas.

Já nos Estados Unidos, Lea, Webley e Levine observaram que as condições sócio demográficas influenciam em muito os indivíduos que utilizam os cartões de créditos e eles constataram também que as pessoas mais novas e que tem menores salários são as que adquirem mais dívidas³⁸.

Davies e Lea perceberam que entre os jovens estudantes há boa conexão entre suas idades e suas dívidas, porém verificaram que o público masculino é mais propenso a se endividar³⁹.

Os autores afirmam que a população que tem os menores salários faz mais dívidas, porque utilizam muito mais o cartão de crédito pela sua comodidade, pôr ampliar as formas de quitação de suas despesas e por proporcionar maior limite de crédito para efetuar totalmente suas compras.

As compras com cartões de crédito acontecem também porque os reajustes dos seus salários muitas vezes não acompanham verdadeiramente as tarifas de reajustes dos produtos que eles precisam adquirir. Kim e DeVaney destacam que quanto mais cartões de crédito as pessoas possuírem e quanto maior for o saldo dos cartões disponíveis para compras, mais despesas e dívidas elas terão⁴⁰.

Lejoyeux, Ades, Tassain e Solomon detectaram que entre a juventude há um grande abuso na utilização do cartão de crédito por parte destas pessoas que para irritarem e punirem os pais pela falta de acompanhamento e ausência na vida deles

³⁷LIVINGSTONE, S.; LUNCH, P. **Predicting Personal Debt And Debt Repayment: Psychological, Social and Economic Determinants**, Journal of Economy Psychology, v.13, p.111-134, 1992.

³⁸LEA, S.E.G.; WEBLEY, P.; LEVINE, R.M. **The Economic psychology of consumer debt**. Journal of Economy Psychology, v.14, p.85-119, 1995.

³⁹DAVIES, E.; LEA, S.E.G. **Student Attitudes to Student Debt**, Journal of Economic Psychology, v.16, p.663-679, 1995.

⁴⁰*Idem* 8. p.89

compram tudo o que aparece⁴¹. Haddad, Patel e Pierre, afirmam que a juventude desconhece como funciona o mundo financeiro, por isso fazem tantas compras e conseqüentemente adquirem muitas dívidas⁴².

Foram feitas pesquisas a respeito do cartão de crédito nos Estados Unidos por Lopes⁴³ e foi concluída que a acumulação de inadimplência está ligada a possibilidade de desemprego, quanto maior o limite for mais a pessoa estará propensa a se endividar, mas a pessoa que tem mais estudo, ou seja, que tem nível superior é menos provável de se envolver em situação de inadimplência.

Os autores Roberts e Jones afirmam que as atitudes que o cidadão mantém diante do uso do cartão de crédito é que definem se ele terá maior ou menor possibilidade de ter complicações em pagar suas dívidas ou também de se tornar inadimplente⁴⁴.

Foi notado por Chien e Devaney que o grau de educação que os seres humanos possuem pode causar boa influência no momento de tomar decisões quanto à utilização do cartão de crédito e também quanto ao tipo de trabalho que a pessoa faz⁴⁵. Lusardi e Tufano presumiram que a população não entende muito sobre dívidas e não tem o costume em lidar com finanças, acabando por pagar mais juros em compras, produtos bancários, empréstimos e outros⁴⁶.

Para Gross e Souledes quanto maior for o limite de crédito do cartão, maior será seu endividamento⁴⁷. Os autores Soman e Cheema observaram que quanto mais expectativa às pessoas tem de melhorar suas condições financeiras no futuro, mas elas gastam e acabam com frequência tendo que fazer a utilização do limite do cartão de crédito. Também observaram que quanto mais novas são as pessoas e quanto menos conhecimentos elas têm acerca do assunto é mais provável que usem o limite do cartão de crédito.

⁴¹LEJOYEUX, Michel; ADES, Jean; TASSAIN, Valerie; SOLOMON, Jacquelyn. **Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying**. Journal of Psychiatric Association, v. 153, n. 12, Dec. 1996.

⁴²HADDAD, C.; PATEL, U.; PIERRE, N. **Diploma na mão, cheios de sonhos e endividados**. Valor Econômico, Atlanta e Washington, 16 maio 2001. Disponível em: <<http://www.valoreconomico.com.br/>>. Acesso em: 15 jun. 2018

⁴³ LOPES, P. **Credit Card Debt and Default over the Life Cycle**. Journal of Money, Credit and Banking, v. 40, p.769-790, 1998.

⁴⁴Roberts e Jones (2001)

⁴⁵Chien e Devaney (2001)

⁴⁶ LUSARDI, ANNAMARIA and TUFANO, Peter. Debt Literacy, **Financial Experiences, and Over indebtedness** (March 2009). NBER Working Paper Series, Vol. w14808, pp. -, 2009.

⁴⁷ GROSS, DAVID B.; SOULELES, N. S. **Do Liquidity Constrains and Interest Rates Matter for Consumer Behaviour? Evidence from Credit Card Data**. Quarterly Journal of economics, v.117, p.149-185, 2002.

O Observatório do Endividamento dos Consumidores define endividamento como sendo um saldo de dívida reconhecido pelo consumidor. Esse saldo pode ser consequência de uma ou várias dívidas conjuntamente que tiveram origem na utilização de capital de terceiros⁴⁸. As pessoas que entram nessa situação acabam tendo uma boa parte de seus rendimentos comprometidos, acarretando despesas maiores que sua condição financeira.

Segundo a autora Fiorentini existem várias razões para que uma pessoa se endivide como a diminuição da renda, demissão, falta de gestão dos gastos, dificuldades financeiras pessoais, efetuação de compra para terceiros, má-fé, etc⁴⁹.

A autora Zerrenner afirma que o excesso de endividamento pode ser ativo ou passivo⁵⁰. O excesso de endividamento ativo ocorre quando o indivíduo colabora de forma ativa para se colocar em circunstância de incapacidade de pagamento. Já no excesso de endividamento passivo essa incapacidade de pagar é ocasionada por situações incontroláveis, tendo como exemplo uma doença.

Segundo pesquisas feitas por Borges e Tide as pessoas não foram preparadas para saber administrar suas próprias finanças, por isso se envolvem em situações complicadas na área financeira.

Valores do dinheiro e inflação: os maiores causadores do aumento da inflação são os produtos alimentícios e serviços, pois às vezes para obtê-los fica tão caro que o os ajustes salariais não são suficientes para acompanhá-los. Devido às mudanças climáticas muitas vezes os produtos in natura são mais propensos à sofrerem frequentemente grandes aumentos de seus valores⁵¹;

Riscos e Facilidades de crédito: hoje em dia há uma grande facilidade para se obter o cartão de crédito. Segundo as pessoas isso tem um lado bom, mas também um lado ruim. O lado bom é que se tornou possível para muitas pessoas adquirirem

⁴⁸ OBSERVATÓRIO DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES. **Endividamento e sobre endividamento das famílias: conceitos e estatísticas para sua avaliação**. 2002. Disponível em: <http://oec.ces.uc.pt/biblioteca/pdf/pdf_estudos_realizados/estudo_parte2%20cap_1.pdf>. Acesso em: 8 maio 2018.

⁴⁹ FIORENTINI, S. **Inadimplência: Como evitar e resolver**. SEBRAE, 2004. p.48.

⁵⁰ ZERRENNER, S. A. **Estudo sobre as razões para a população de baixa renda**. 57 f. (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

⁵¹ AMORIM, G. **Endividamento familiar, inflação e vendas. Análise conjuntural**, v. 35, n. 5-6, maio/jun. 2013.

diversos tipos de bens que são essenciais para suas vidas por ter sido aumentado as linhas de crédito e o lado ruim é que elas acabam consumindo além do que precisam⁵²;

Emoções e Imprevisto de vida: muitas vezes os indivíduos adquirem dívidas que não estavam planejadas em razão de algum problema que aconteceu sem se esperar, pois pode acontecer que alguém da família adoença, sofra algum acidente ou até morra⁵³;

Educação Financeira e Produtos Bancários: algumas pessoas por terem conhecimento financeiro conseguem administrar muito bem as suas finanças e não se endividam. Seria muito importante se houvesse um projeto para ensinar a todos a terem maior esclarecimento sobre como controlar e administrar suas finanças, para que com isso as pessoas saibam os passos que devam tomar para terem mais cautela⁵⁴;

Compulsão e Materialismo: algumas pessoas por se envolverem em compras desnecessárias muitas vezes passam por muitas dificuldades de pagar as contas, o que as levam a buscarem ajuda para pagar suas dívidas com amigos, parentes e na pior das hipóteses fazem empréstimos bancários várias vezes. Devido à grande quantidade de compras efetuadas pelas pessoas para se satisfazerem, para se sentirem felizes, porque realmente precisam ou porque querem elevar sua condição social, criam situações quase impossíveis de se resolver devido as compras⁵⁵;

Os autores Campara, Flores e Vieira afirmam que o endividamento demonstra interação entre áreas de conhecimentos e não deve ser menosprezado, uma vez que podem ocorrer por causa de diferentes fatores, como a utilização indevida do crédito, renda, fatores psicológicos, fatores comportamentais, dentre outros mais⁵⁶.

1.5 Alfabetização financeira X Educação financeira

⁵²MULLER, K. O. **Sociedade de Consumo e cultura do endividamento: Estudo de caso sobre consumidores compulsivos em Porto Alegre**, RS. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Ciências sociais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2010.

⁵³TOLOTTI, M. **As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

⁵⁴KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion. **Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores**. São Paulo: Revista de Administração, 2015.

⁵⁵*ibidem* 52

⁵⁶CAMPARA, J.; FLORES, S.; VIEIRA, K. **Propensão ao endividamento no município de Santa Maria (RS): verificando diferenças em variáveis demográficas e culturais**. Teoria e prática em Administração, v. 4, n 2, p. 180-205, 2014.

Pinheiro afirma que o endividamento está ligado com a educação financeira, pois conforme o autor a pessoa que possui conhecimento financeiro está mais preparado para adquirir mercadorias e serviços financeiros de maneira apropriada, afetando de forma positiva o sistema financeiro e diminuindo as dívidas⁵⁷.

A autora Lusardi relatou que há indícios de que muitas pessoas não estão preparadas para decidir de forma saudável questões financeiras, devido ao elevado grau de falta de alfabetização financeira das mesmas⁵⁸. Ela também destaca que nos Estados Unidos existe maior falta de alfabetização por parte de alguns grupos, como afro-americanos, mulheres e hispânicos.

Segundo Huston a alfabetização financeira está relacionada ao quanto uma pessoa é boa em compreender e utilizar informações relacionadas às finanças particulares⁵⁹. Huston também afirma que a alfabetização integra a habilidade e confiança do ser humano de empregar o seu conhecimento financeiro para decidir questões financeiras.

Segundo Norvilitis e MacLean a definição de alfabetização vai mais adiante de educação financeira, pois a atuação do conhecimento financeiro acerca do comportamento só é medida pelas atitudes financeiras tomadas pelo indivíduo⁶⁰.

A OECD em seus estudos definiu educação financeira como o procedimento em que os compradores e/ou investidores aprimoram o seu entendimento sobre os conceitos e produtos financeiros, e através das informações, instruções ou também aconselhamento dos objetivos, passam a desenvolver aptidões e conquistam confiança para distinguir os riscos e oportunidades financeiras, tomando escolhas conscientes, sabendo onde procurar ajuda e tomando outras ações eficientes para beneficiar sua proteção e também sua tranquilidade financeira⁶¹.

⁵⁷PINHEIRO, Ricardo Pena. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**, 2008. Disponível em: http://www.previdencia.gov.br/arquivos/office/3_090420-113416-244.pdf. Acesso em: 7 maio 2018.

⁵⁸*Idem* 46

⁵⁹HUSTON, Sandra J. - **Measuring Financial Literacy**, The Journal of Consumer Affairs, Vol. 44, No. 2, 2010.)

⁶⁰NORVILITIS, J. M., MERWIN, M. M., OSBERG, T. M., ROEHLING, P. V., YOUNG, P., & KAMAS, M. M. (2006). **Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit-card debt in college students**. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(6), 1395-1413. DOI: 10.1111/j.0021-9029.2006.00065.x

⁶¹ROBB, C. A., BABIARZ, P., & WOODYARD, A. (2012). **The demand for financial professionals' advice: the role of financial knowledge, satisfaction, and confidence**. *Financial Services Review*, 21(4), 291-305.

Robb, Babiarz e Woodyard diferenciam alfabetização financeira de educação financeira afirmando que o primeiro termo envolve a capacidade do indivíduo de entender a informação financeira e tomar decisões eficientes usando essa informação⁶². Já o segundo termo está relacionado com o conhecimento financeiro. Portanto, a finalidade principal da educação financeira é o conhecimento e a alfabetização financeira não envolve somente o conhecimento, mas também o comportamento e a atitude financeira das pessoas.

Os autores Potrich, Vieira e Kirch também possuem essa mesma linha de raciocínio afirmando que a educação financeira e a alfabetização financeira jamais devem ser usadas como sinônimos, uma vez que o primeiro termo possui conceito mais amplo que o segundo⁶³.

Depois de várias pesquisas em diferentes países os autores Atkinson e Messy constataram que os governos da maioria dos países pesquisados se preocupam com a alfabetização financeira das pessoas⁶⁴. Os indivíduos com menor grau de alfabetização financeira possuem maiores dificuldades em tomar decisões financeiras e administrar suas riquezas de maneira inteligente. E essa falta de alfabetização pode trazer consequências sérias, como o endividamento de famílias.

Como fator fundamental da alfabetização financeira Atkinson e Messy destacam o comportamento. A alfabetização financeira aliada ao comportamento pode trazer resultados positivos, tal como a programação de despesas⁶⁵. Contudo, outros comportamentos podem levar a resultados negativos, como o exagero na utilização de crédito, ocasionando uma diminuição da segurança financeira.

É de extrema importância que todos aprendam sobre finanças, pois esse conhecimento trará ações conscientes quanto à gestão de suas finanças particulares⁶⁶.

⁶² *Ibidem*

⁶³ POTRICH, Ani Caroline Grigion; VIEIRA, Kelmara Mendes; KIRCH, Guilherme. **Determinantes da Alfabetização Financeira: Análise da Influência de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas**, 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rcf/v26n69/1808-057x-rcf-26-69-00362.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2018.

⁶⁴ ATKINSON, A. e F. Sujo (2012), “**Medição Literacia Financeira: Resultados do / Rede Internacional da OCDE sobre Educação Financeira (INFE) Estudo Piloto**”, OCDE Working Paperson Finanças, Seguros e Previdência Privada, No. 15, OCDE.

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ VIEIRA, M. L., Bossardi, C. N., Gomes, L. B., Bolze, S. D. A., Crepaldi, M. A., & Piccinini, C. A. (2014). **Paternidade no Brasil: Revisão sistemática de artigos empíricos**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 66(2), 36-52.

Silva afirma que a carência de ser alfabetizado financeiramente teve um crescimento considerável através da falta de regulação dos mercados financeiros, da facilidade do acesso ao crédito, da alta emissão de cartões de crédito e do acelerado aumento do comércio de produtos financeiros⁶⁷.

⁶⁷SILVA E, Guilherme de Oliveira; SILVA, Antônio Carlos Magalhães da; VIEIRA, Paulo Roberto da Costa; DESIDERATI, Michele do Carmo; NEVES, Myrian Beatriz Eiras das. **Alfabetização Financeira versus Educação Financeira: Um estudo do Comportamento de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas**, 2017.

2. METODOLOGIA

a) Quanto ao método

A abordagem desta pesquisa é qualitativa. A autora Goldenberg afirma que a pesquisa qualitativa não está focada na representação numérica, mas sim, no entendimento de um grupo social, de uma organização, dentre outros⁶⁸. Os investigadores que adotam o método qualitativo são contrários ao modelo único de pesquisa para todas as ciências, uma vez que as ciências sociais possuem particularidades, ou seja, uma metodologia própria.

b) Quanto aos objetivos

Quanto aos objetivos, a pesquisa é denominada descritiva. Segundo o autor Gil (2008) a pesquisa descritiva corresponde ao processo de interpretação dos dados coletados relacionados às variáveis escolhidas para o estudo. O intuito da pesquisa é interpretar os resultados obtidos baseados nas definições teóricas, utilizando as estratégias de pesquisas no levantamento dos dados.

c) Quanto às fontes

Quanto às fontes, a pesquisa é bibliográfica. De acordo com o autor Fonseca (2002, p.32) a pesquisa bibliográfica é realizada a começar pelo levantamento de referências teóricas que já foram analisadas e também publicadas por escrito e por meio eletrônico, como livros, páginas na web, artigos, dentre outros. Todo o trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, pois essa pesquisa permite ao pesquisador se aprofundar no assunto já estudado.

d) Quanto aos procedimentos

Quanto aos procedimentos será aplicado um questionário nas turmas dos 7º e 8º Períodos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Doctum de Caratinga-Mg, com o intuito de mensurar se os acadêmicos com maior tempo de curso sabem utilizar os créditos rotativos ou se isso é algo que precisam melhorar propondo medidas que amenizem essa falta de conhecimento relacionada a esse tipo de crédito.

A pesquisa com *survey* pode ser referida como sendo a obtenção de dados ou informações sobre as características, as ações ou as opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, utilizando um instrumento de pesquisa, usualmente um questionário.⁶⁹

⁶⁸GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

⁶⁹FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

A aplicação do questionário será na Faculdade Doctum de Caratinga-Mg, onde as perguntas de múltipla escolha com o intuito de traduzir os nossos objetivos específicos. O levantamento dessas respostas dará sustentação para nossas hipóteses.

A análise dos dados será representada por tabelas, gráficos e planilhas a fim de deixar claras as informações apresentadas.

2.1 Amostra e População

Para a realização da pesquisa foi estabelecido o tamanho da amostra representando a população, com o nível de confiança de 85% para o curso de administração, 95% de nível de confiança para o curso de Ciências Contábeis e um erro máximo de 8% por curso, conforme a tabela.

Tabela 1-População e Amostra estabelecida

Questionários	Ciências Contábeis		Administração	Total
	7º Período	8º Período	8º Período	
População	18	39	21	78
Amostra	9	33	17	59

FONTE: Os autores (2018)

Foi feita apenas uma etapa de distribuição de questionários. Nessa única etapa foram distribuídos 78 questionários, dos quais 59 retornaram preenchidos.

3. ANÁLISE DA AMOSTRA TOTAL

Os gráficos de 02 a 10 representam o resultado do levantamento de dados e são compostos pelas perguntas do questionário aplicado, pelas tabelas com os resultados em números e pelos gráficos com resultados em porcentagem.

A amostra total corresponde a 59 acadêmicos dos quais 59,3% são do sexo feminino e 40,7% do sexo masculino, como mostra o gráfico abaixo.

Quanto à divisão por cursos, dos 59 acadêmicos pesquisados 71,2% são do curso de Ciências Contábeis e 28,8% são do curso de Administração.

Quanto ao período de graduação 15,2% dos acadêmicos cursam o 7º período e 84,8% cursam o 8º período.

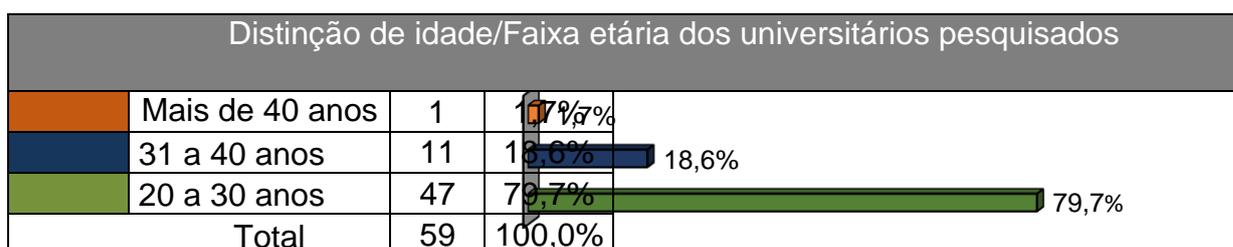
Gráfico 2-Sexo

FONTE: Os autores (2018)



De acordo com os dados coletados a maior parte dos acadêmicos tem idade entre 20 e 30 anos, correspondendo a 79,7%. Os outros 20,3% ficaram distribuídos entre as pessoas mais maduras, com idade maior ou igual 31 anos.

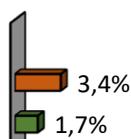
Gráfico 3-Faixa etária dos pesquisados



FONTE: Os autores (2018)

A maioria dos acadêmicos que responderam o questionário possui uma ou mais contas bancárias. A maior participação foi dos que possuem conta corrente. A segunda maior participação foi dos acadêmicos que possuem conta poupança e somente 3,4% dos entrevistados não possuem conta bancária.

Gráfico 4-Contas Bancárias



Possui conta em alguma instituição financeira? Que tipo de conta?			
	Conta Universitária	2	3,4%
	Conta Univers. e Poupança	1	1,7%
	Conta Corrente e Poupança	11	18,6%
	Conta Poupança	20	33,9%
	Não possui Conta	2	3,4%
	Conta Corrente	23	39,0%
	Total	59	100,0%

FONTE: Os autores (2018)

Dos 59 acadêmicos que responderam sobre a utilização de cartão de crédito, 66,1% possuem cartão de crédito. Segue abaixo a demonstração dos dados.

Gráfico 5-Cartão de Crédito

Possui Cartão de Crédito?			
	Não	20	33,9%
	Sim	39	66,1%
	Total	59	100,0%

FONTE: Os autores (2018)

Dos acadêmicos que possuem cheque especial 84,7% tem um perfil mais conservador e não utilizam o valor do cheque especial durante o mês. Porém mais de 6% dos acadêmicos utiliza o cheque especial, o que demonstra uma falta de controle nos gastos.

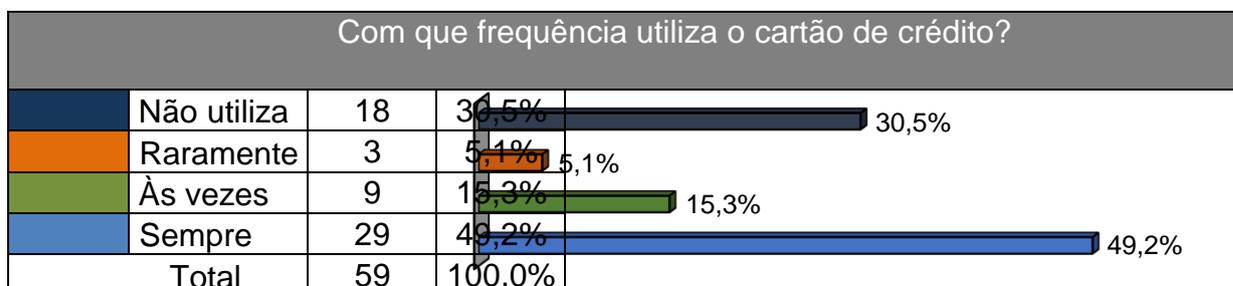
Gráfico 6-Utilização do cheque especial

Se você possui limite de cheque especial, quantos dias por mês você utiliza o cheque especial?			
	Mais de 5 dias	4	6,8%
	Até 5 dias	3	5,1%
	Até 2 dias	2	3,4%
	Nenhum	50	84,7%
	Total	9	100,0%

FONTE: Os autores (2018)

Quanto à frequência de utilização do cartão de crédito 49,2% dos acadêmicos afirmaram que utilizam sempre o cartão de crédito.

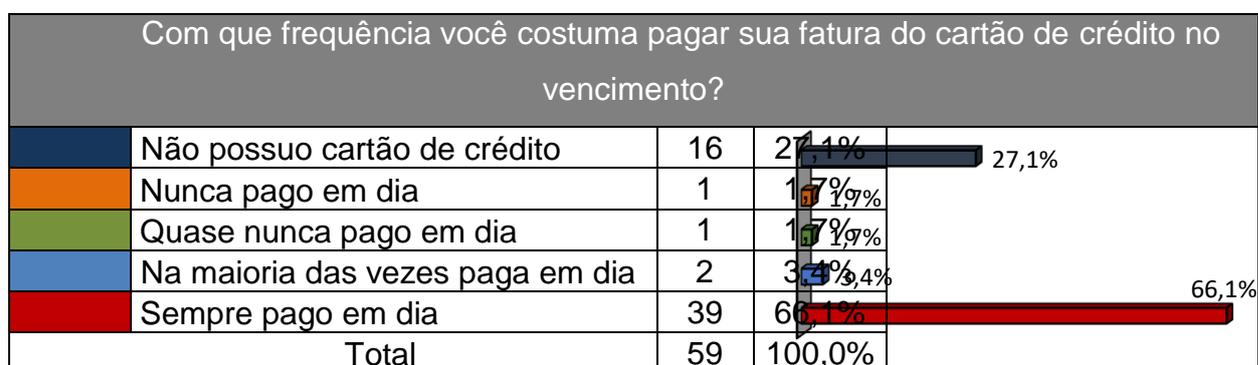
Gráfico 7-Frequência de utilização de cartão de crédito



FONTE: Os autores (2018)

Quanto ao pagamento da fatura do cartão mais de 66% demonstraram muita responsabilidade pagando a fatura do cartão de crédito em dia. E cerca de 3% tem dificuldades de realizar o pagamento da conta até o vencimento.

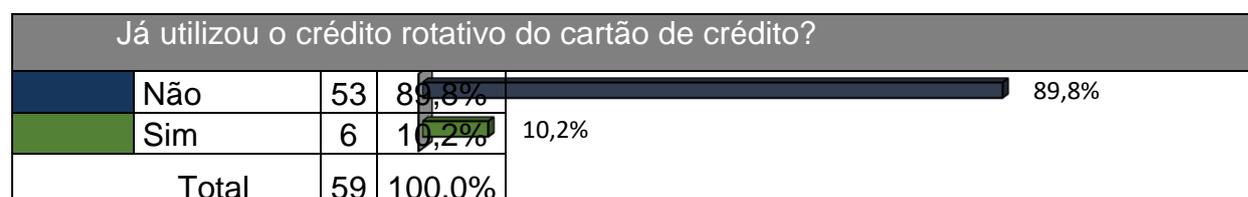
Gráfico 8-Pagamento da fatura do cartão de crédito



FONTE: Os autores (2018)

Aproximadamente 10% dos acadêmicos já utilizaram o crédito rotativo do cartão de crédito, financiando assim uma parte de sua fatura. E cerca de 90% procuram pagar a fatura integralmente.

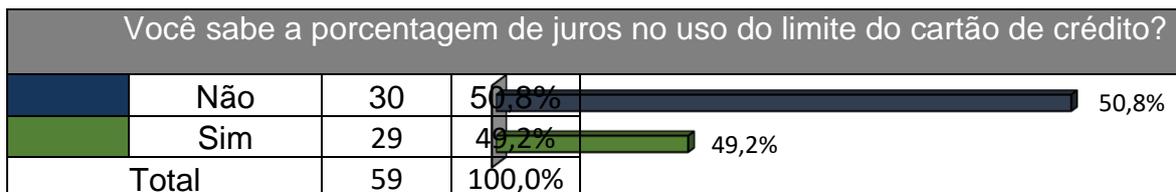
Gráfico 9-Utilização do crédito rotativo



FONTE: Os autores (2018)

A tabela abaixo demonstra que mais da metade dos acadêmicos (50,8%) não sabem a porcentagem de juros no uso do limite do cartão de crédito, o que demonstra falta de conhecimento financeiro. Os demais acadêmicos responderam que estão cientes das porcentagens de juros.

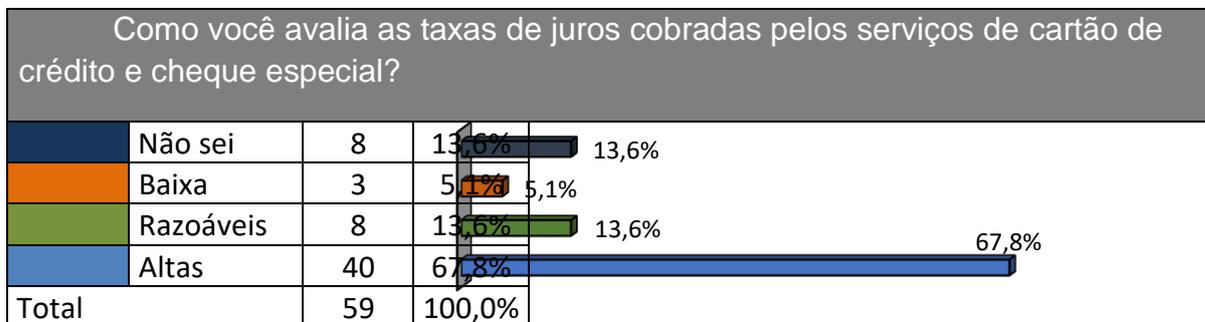
Gráfico 10- Conhecimento da porcentagem das taxas de juros



FONTE: Os autores (2018)

Ao serem questionados sobre as taxas de juros cobradas mais de 67% responderam que as taxas são altas e somente 13,6% não souberam dizer se são abusivas ou não.

Gráfico 11-Avaliação das taxas



FONTE: Os autores (2018)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir através do resultado do questionário aplicado que a maioria dos estudantes do 8º período e 7º de período de Administração e Ciências Contábeis da Doctum Caratinga, são mais conservadores com suas finanças pessoais e não utilizam o limite de crédito e nem o crédito rotativo do cartão de crédito. Entretanto, uma pequena porcentagem de acadêmicos utiliza o limite de crédito em cartão, cheque especial e o rotativo, mesmo alguns dizendo que não sabem o valor das taxas de juros incidentes quando se utiliza esses recursos dado pelos bancos, a minoria acaba tendo que utilizar em momentos de emergência.

Quase 90% dos pesquisados nunca utilizou o rotativo do cartão de crédito, porém, quando foram questionados se sabem a porcentagem de juros incidentes no crédito rotativo, mais da metade respondeu que não sabe, demonstrando assim que não utilizam e desconhecem sobre o serviço.

Quanto ao pagamento da fatura do cartão de crédito foi analisado que a maioria paga as suas contas em dia e apenas uma minoria não realiza o pagamento no vencimento. Conseqüentemente o atraso em pagar as faturas na data de vencimento acarretará juros embutidos na fatura.

Constatou-se que a maioria dos pesquisados possuem conta corrente, seguida da conta poupança e que apenas 3,4% do total de acadêmicos pesquisados não possuem conta alguma.

Com relação à avaliação das taxas de juros cobradas pelos serviços de cartão de crédito e cheque especial, mais de 68% dos acadêmicos consideram as taxas altas, mesmo a maioria desconhecendo o valor da taxa incidente. Esse dado revela que existe falta de conhecimento financeiro dos acadêmicos sobre os serviços de cartão de crédito e cheque especial.

Mediante a presente pesquisa, ficou evidenciada a consciência dos pesquisados, inerente ao que realmente acontece com suas contas e gastos e que os mesmos se pautam no princípio de que a melhor opção seja realmente o pagamento em dia das mesmas. Mesmo um grande percentual não possuindo conhecimento quanto aos valores que incidem nas taxas de juros, eles não arriscam utilizar os serviços que lhe são disponibilizados. Assim sendo a hipótese H0- A maioria dos universitários das Faculdades Doctum de Caratinga sabem utilizar os limites de crédito foi comprovada.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ABECS-Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços, 2013. Disponível em: <<http://www.abecs.org.br/noticia/a-evolucao-dos-meios-de-pagamento>>. Acesso em: 11 maio 2018.

AMORIM, G. **Endividamento familiar, inflação e vendas. Análise conjuntural**, v. 35, n. 5-6, maio/jun. 2013.

ATKINSON, A. e F. Sujo (2012), "**Medição Literacia Financeira: Resultados do / Rede Internacional da OCDE sobre Educação Financeira (INFE) Estudo Piloto**", OCDE Working Paper on Finanças, Seguros e Previdência Privada, No. 15, OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>

BAEK, E.; HONG, G. **Effects of family life-cycle stages on consumer debts. Journal of Family and Economic Issues**, v. 25, n. 3, p.359-385, 2004

BANCO CENTRAL DO BRASIL-**Pagamentos de Varejo e Canais de Atendimento**. Dados Estatísticos 2013. Disponível em: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/fat2018.pdf>>. Acesso em 8 maio 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Cartilha de Crédito: Utilize de forma consciente**, 2013. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/folder_serie_II_cartao_credito_utilize%20forma_consciente.pdf>. Acesso em: 10 maio 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Cartilha de Cartão de Crédito**, 2014. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pec/appron/apres/cartilha.pdf>>. Acesso em 10 maio 2018.

BERTAUT, C. C., & HALIASSOS, M. (2005). **Credit cards: facts and theories. Social Science Research Network**. Recuperado em 15 abril, 2014, de <http://ssrn.com/abstract=931179> DOI: 10.2139/ssrn.931179

BLOCK-LIEB, S.; JANGER, E. J. **The myth of the rational borrower: rationality, behavioralism and the misguided “reform of bankruptcy law”**. In: *Social Science Research Network*. 2006.

BORGES, P. R. S.; TIDE, F. **Educação Financeira e sua influência no comportamento do consumidor no mercado de bens e serviços**. In: **ENCONTRO DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA**, 5., 2010, Campo Mourão. Anais... Campo Mourão, PR, 2010.

CAMPARA, J.; FLORES, S.; VIEIRA, K. **Propensão ao endividamento no município de Santa Maria (RS): verificando diferenças em variáveis demográficas e culturais**. *Teoria e prática em Administração*, v. 4, n 2, p. 180-205, 2014.

CHIEN, YI-WEN. ; Devaney, Sharon A. **The Effects of Credit Attitude and Socioeconomic Factors on Credit Card and Installment Debt**, 2001.

COSTA, Fernando Nogueira da; COSTA, Carlos Anibal Nogueira da; OLIVEIRA, Giuliano Contento de. **ABECS- Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços**, 2010. Disponível em:<<https://fernandonogueiracosta.files.wordpress.com/2012/07/costa-f-n-coord-costa-c-a-n-contento-g-mercado-de-cartc3b5es-de-pagamento-no-brasil-10-09-2010.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2018.

CLAUDINO, L. P., NUNES, M. B., & SILVA, F. C. da; (2009). **Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos**. *Anais do Seminários em Administração – SemeAd*. São Paulo, SP, Brasil, 9.

DAVIES, E.; LEA, S.E.G. **Student Attitudes to Student Debt**, *Journal of Economic Psychology*, v.16, p.663-679, 1995.

DAVIES, E., & LEA, S. E. G. (1995). **Student attitudes to student debt**. *Journal of Economic Psychology*, 16(4), 663-679. DOI: 10.1016/Student attitudes to student debt "

DITTMAR, H. (2004). **Understanding and diagnosing compulsive buying**. In R. Coombs (Ed.), *Handbook of addictive disorders: a practical guide to diagnosis and treatment*. New York: Wiley.

DONADIO, Rosimara; CAMPANARIO, Milton de Abreu; RANGEL, Armênio de Sousa. São Paulo: REMark – **Revista Brasileira de Marketing**, 2012.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC - **Livros Técnicos e Científicos**, 2000.

FABER, Ronaldo J.; CHRISTENSON, Gary A. **In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers**. *Psychology & Marketing*, v. 13, n. 8, p. 803-819, Dec. 1996.

FERREIRA, Aline Fernanda da Silva; FILHO, Amilton Dalledone. **O Uso do Cheque Especial e do Cartão de Crédito pelos Acadêmicos da FAE Centro Universitário**, 2010. Disponível em: <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/236/156>>. Acesso em 7 maio 2018.

FIORENTINI, S. **Inadimplência: Como evitar e resolver**. SEBRAE, 2004.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Editora Atlas S.A, 6ª edição, 2008.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GROSS, DAVID B.; SOULELES, N. S. **Do Liquidity Constrains and Interest Rates Matter for Consumer Behaviour? Evidence from Credit Card Data.** *Quarterly Journal of economics*, v.117, p.149-185, 2002.

Huston, Sandra J. - **Measuring Financial Literacy,** *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44, No. 2, 2010.

HADDAD, C.; PATEL, U.; PIERRE, N. **Diploma na mão, cheios de sonhos e endividados.** *Valor Econômico*, Atlanta e Washington, 16 maio 2001. Disponível em: <<http://www.valoreconomico.com.br/>>. Acesso em: 15 jun. 2018

KEESE, M.; SCHMITZ, H. **Broke, ill and obese: the effect of household debt on health.** In: Social Science Research Network, 2010.

KIM, H., & DEVANEY, S. A. (2001). **The determinants of outstanding balances among credit card revolvers.** *Financial Counseling and Planning*, 12(1), 67-78. Recuperado em 10 abril, 2014, de <http://www.afcpe.org/assets/pdf/vol1216.pdf>

KIM, H.; DEVANEY, S. A. **The determinants of outstanding balances among credit card revolvers**, 2001. Association for Financial Counseling and Planning Education.

KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion. São Paulo: Revista de Administração, 2015.

KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion. **Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores.** *Rev. Adm. (São Paulo)*, São Paulo , v. 50, n. 2, p. 169-182, jun., 2015.

KWAK, Hyokjin; ZINKHAN, George M.; CRASK, Melvin R. **Diagnostic Screener for Compulsive Buying: applications to the USA and South Korea.** *The Journal of Consumer Affairs*, v. 37, n. 1, p. 161-169, Summer 2003.

LEA, S.E.G.; WEBLEY, P.; LEVINE, R.M. **The Economic psychology of consumer debt.** *Journal of Economy Psychology*, v.14, p.85-119, 1995.

LEE, J.; KWON, K. N. **Consumers' use of credit cards: store credit card usage as an alternative payment and financing medium.** *Journal of Consumer Affairs*, v. 36, n.2, p. 239-262, mar. 2002

LEJOYEUX, Michel; ADES, Jean; TASSAIN, Valerie; SOLOMON, Jacquelyn. **Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying.** *Journal of Psychiatric Association*, v. 153, n. 12, Dec. 1996.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **Comportamento do Consumidor Brasileiro.** São Paulo: Saraiva, 2008.

LIVINGSTONE, S.; LUNCH, P. Predicting Personal Debt And Debt Repayment: **Psychological, Social and Economic Determinants,** *Journal of Economy Psychology*, v.13, p.111-134, 1992.

LOPES, P. **Credit Card Debt and Default over the Life Cycle.** *Journal of Money, Credit and Banking*, v. 40, p.769-790, 1998.

LUSARDI, ANNAMARIA and TUFANO, Peter. **Debt Literacy, Financial Experiences, and Over indebtedness (March 2009).** NBER Working Paper Series, Vol. w14808, pp. -, 2009. Available at: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/SSRN-id1366208.pdf>>. Acesso em: 8 maio 2018.

LYONS, Angela C. **A Profile of Financially At-Risk College Students,** 2004.

MACGEE. **The Ethics of Tax Evasion: Perspectives in Theory and Practice,** 2012.

MALLMANN, Estela Isabel et al. **Finanças Pessoais: Análise dos gastos e da propensão ao endividamento em estudantes de Administração.** In: XII SEMEAD, 2009, São Paulo. XII SEMEAD: Empreendedorismo e Inovação, 2009.

MANSFIELD, Phylis M. and PINTO, Mary Beth. **Consumer Vulnerability and Credit Card Knowledge Among Developmentally Disabled Citizens.** *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 42, No. 3, 2008

MARTINS, Victor. **Cartão de crédito leva inadimplência ao maior patamar em 10 anos.** *Jornal Correio Braziliense*, Brasília, 16 Out. 2010.

MULLER, K. O. **Sociedade de Consumo e cultura do endividamento: Estudo de caso sobre consumidores compulsivos em Porto Alegre, RS.** 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Ciências sociais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2010.

NERI, Marcelo Cortes. **A Nova Classe Media: O lado brilhante dos pobres.** Centro de Ciências Políticas – Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2010.

NORVILITIS, J. M., MERWIN, M. M., OSBERG, T. M., ROEHLING, P. V., YOUNG, P., & KAMAS, M. M. (2006). **Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit-card debt in college students.** *Journal of Applied Social Psychology*, 36(6), 1395-1413. DOI: 10.1111/j.0021-9029.2006.00065.x

NORVILITIS, J. M., & MACLEAN, M. G. (2010). **The role of parents in college students' financial behaviors and attitudes.** *Journal of Economic Psychology*, 31(1), 55-63.

OBSERVATÓRIO DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES. **Endividamento e sobre endividamento das famílias: conceitos e estatísticas para sua avaliação.** 2002.

Disponível em: <http://oec.ces.uc.pt/biblioteca/pdf/pdf_estudos_realizados/estudo_parte2%20cap_1.pdf>. Acesso em: 8 maio 2018.

PARENTE, Juracy; LIMEIRA, Tânia M. Vidigal; BARKI, Edgard. *Varejo para a baixa renda.* Porto Alegre: Bookman, 2008.

PINHEIRO, Ricardo Pena. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**, 2008. Disponível em: http://www.previdencia.gov.br/arquivos/office/3_090420-113416-244.pdf. Acesso em: 7 maio 2018.

POTRICH, Ani Caroline Grigion; VIEIRA, Kelmara Mendes; KIRCH, Guilherme. **Determinantes da Alfabetização Financeira: Análise da Influência de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas**, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rcf/v26n69/1808-057x-rcf-26-69-00362.pdf>. Acesso em: 14 maio 2018.

PRAHALAD, C. K. **A Riqueza na Base da Pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro**. Bookman, 2005.

RIBEIRO, Caroline do Amaral, et al. **Finanças Pessoais: Análise dos Gastos e da Propensão ao endividamento em estudantes de Administração**. Anais da USP, 2009.

RICHINS, M. L., & DAWSON, S. (1992). **A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation**. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316. DOI: 10.1086/209304

RICHINS, M. L. (2011). **Materialism, transformation expectations, and spending: implications for credit use**. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 141-156. DOI: 10.1509/jppm.30.2.141

ROBB, C. A., BABIARZ, P., & WOODYARD, A. (2012). **The demand for financial professionals' advice: the role of financial knowledge, satisfaction, and confidence**. *Financial Services Review*, 21(4), 291-305.

ROBERTS. J. A.; JONES, Eli. **Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students**. *The Journal of Consumer Affairs*, v. 35, n. 2, p. 213-240, mar. 2001.

ROBERTS, James A. **Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy.** *Journal of Consumer Affairs*, v. 32, n. 2, p. 295-308, Winter 1998.

SANTOS, C. P. D.; FERNANDES, D. V. D. H. **A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes.** *Revista de Administração Mackenzie*, v. 12, n. 1, art. 63, p. 169-203, 2011.

SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. **Comportamento do cliente.** São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, P. R. (2011). **Psicologia do risco de crédito: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring.** Tese de Doutorado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, SP, Brasil.

SILVA E, Guilherme de Oliveira; SILVA, Antônio Carlos Magalhães da; VIEIRA, Paulo Roberto da Costa; DESIDERATI, Michele do Carmo; NEVES, Myrian Beatriz Eiras das. **Alfabetização Financeira versus Educação Financeira: Um estudo do Comportamento de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas,** 2017. Disponível em:<<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/3726-10321-1-PB.pdf>>. Acesso em: 7 maio 2018.

SOMAN D.; CHEEMA A. **The Effect of Credit on Spending Decisions: The Role of the Credit Limit and Credibility,** *Marketing Science*, v.21, p.32-53, 2002.

TAN, A. K. G.; YEN, S.; LOKE, Y. J. **Credit card holders, convenience users and revolvers: a tobit model with binary selection and ordinal treatment.** *Journal of Applied Economics*, v. 14, n. 2, p. 225- 255, 2011.

TOLOTTI, M. **As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

VALENCE, G.; D'ASTOUS, A.; FORTIER, L. J.. **Compulsive buying: concept and measurement.** *Journal of Consumer Policy*, v. 11, p. 419-433, 1988.

VIEIRA, M. L., Bossardi, C. N., Gomes, L. B., Bolze, S. D. A., Crepaldi, M. A., & Piccinini, C. A. (2014). **Paternidade no Brasil: Revisão sistemática de artigos empíricos.** *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 66(2), 36-52.

WANG, L. B., WEI LU, A., & MALHOTRA, N. K. (2011). **Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China.** *Journal of Economic Psychology*, 32(1), 179-193. DOI: 10.1016/j.joep.2010.11.006.

WOODRUFFE, Helen R. **Compensatory consumption: why women go shopping when they're fed up and other stories.** *Marketing Intelligence & Planning*, 15(7), 325-334. (1997).

ZERRENNER, S. A. **Estudo sobre as razões para a população de baixa renda.** 57 f. (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.